

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi mengalami kemajuan yang cukup pesat. Kemajuan teknologi ini diimbangi dengan canggihnya media informasi yang semakin mumpuni pula. Perkembangan teknologi dan informasi ini semakin digandrungi oleh masyarakat, pasalnya hal ini memberikan kemudahan dalam ranah aktivitas mereka. Salah satunya adalah media berbasis web yang semakin banyak dipergunakan oleh khalayak. Banyak aplikasi bermunculan sebagai sarana komunikasi masyarakat, seperti halnya aplikasi *social media* atau yang lebih akrab disebut dengan sosmed. Ketersediaan aplikasi penunjang komunikasi semakin canggih dan relevan, sebut saja seperti aplikasi WhatsApp; telegram; Line; Twitter; Instagram serta aplikasi pendukung lainnya. Adanya beberapa aplikasi ini mampu menunjang mobilitas masyarakat dalam menjangkau aktivitas interaksi mereka.

Perkembangan teknologi dan informasi menjadikan masyarakat Indonesia cenderung lebih peka terhadap ponselnya dan mencari sumber informasi yang dibutuhkan hanya dengan klik beberapa tombol semata dibandingkan harus melihat televisi seperti zaman dulu. Perkembangan ini juga mengarah kepada media hiburan lainnya seperti halnya Youtube. Youtube merupakan aplikasi yang dulunya digunakan untuk mendengarkan musik yang ada gambar visualnya, kini berubah menjadi sumber informasi

pengganti acara berita dan infotiment di televisi. Youtube memberikan dampak yang besar kepada penikmatnya atau netizen.¹ Hal ini terjadi karena manusia lebih mudah menerima suatu informasi yang diberikan dengan contoh yang dapat dilihat dan didengar. Youtube merupakan sebuah situs web *video sharing* yang dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Youtube merupakan salah satu layanan Google yang memberikan fasilitas penggunanya untuk mengupload video serta dapat diakses oleh pengguna yang lain. Youtube merupakan database video paling populer di dunia internet.

Selain itu YouTube merupakan mekanisme data dan informasi yang mengandung pesan moral. Terlebih lagi, YouTube umumnya digunakan

¹ Suyanto, Asep, dan Wahyudi, *YouTube*, diakses pada www.jurnalkomputer.com pada tanggal 30 Juli 2020

sebagai cara untuk memahami berbagai hal, dan memberikan banyak keuntungan.² Saat ini Youtube menjadi situs online video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video diupload ke youtube setiap menitnya dengan 6 miliar views perhari.³ Youtube secara keseluruhan menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel manapun di dunia. Jumlah jam yang diluangkan orang-orang untuk menonton video (waktu tonton) di Youtube naik 60% pertahunnya, dan merupakan pertumbuhan yang cukup pesat dalam kurun waktu 2 tahun terakhir.⁴

Saat ini media Youtube sangat penting banyak menyajikan sisi edukasi dan menampilkan beragam video pendek. YouTube menyediakan mekanisme interaksi sosial untuk mendapatkan opini dan tontonan dari pengunjung melalui komentar, pemilihan, pemeringkatan, pemilihan favorit, pembagian rujukan, perujukan tayangan serta komentar positif dan negatif yang diberikan oleh pengguna. Informasi ini penting dan berguna dalam mempelajari perlakuan pengguna dan masyarakat atas video serta tayangan yang ada pada media sosial seperti YouTube. Mekanisme Interaksi sosial dapat dikelompokkan menjadi struktur analisis sentiment pada video YouTube. Tidak heran jika banyak masyarakat yang beralih ke Youtube daripada mencari informasi dan atau hiburan di televisi. Saat ini saluran media dicirikan dengan banyaknya pilihan yang membingungkan karena terdapat ratusan saluran televisi kabel dan program siaran sesuai permintaan yang dapat dijumpai setiap hari, belum lagi akses internet yang memiliki isi beraneka ragam. Teknologi media baru memberi

² Labas, Yessi, Dan Daisy Yasmin, *Komodikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube di Indonesia*, Jurnal Komunikasi, Vol. 6, No. 2, 2017, hlm. 117

³ Fatty Faiqah, *Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram*, (Makassar: Jurnal Komunikasi KAREBA, 2016), hal. 260

⁴ Widika Tjanatjantia, *Sejarah Berdirinya Youtube*, diakses di laman <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube> diakses 1 Agustus 2021

peluan bagi selera dan mengkreasi isi media seperti blog, halaman FaceBook, portal, serta catatan harian video Youtube.

Kehadiran youtube merupakan wadah untuk menciptakan karya seni. Youtube memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk *sharing video* apa saja, misalnya seperti flim, musik, konten hiburan lucu, informasi berita, bahkan konten dakwah sekalipun. Menurut survey dari *We Are Social* yang dilansir oleh katadataco.id, pada tahun 2019 di Indonesia media Youtube memiliki pengguna terbanyak dengan prosentase sebesar 88% dari total 150 juta pengguna media sosial di Indonesia. Youtube dapat memberikan honorarium jika video yang diunggah mendapat 1000 penonton atau viewers. Hal ini yang menjadikan masyarakat Indonesia juga antusias menjadi youtuber atau konten kreator.

Penulis di sini ingin mengkaji lebih dalam mengenai konten youtube dari youtuber Bram Dermawan yang berjudul Kebaikan seorang Ojol Buat Saya Nangis. Konten ini awalnya mengisahkan eksperimen mengenai sikap dari driver ojek online yang harus menanggung kesalahan pemesanan makanan. Penulis di sini juga mengkaji mengenai kebaikan dari driver ojol yang rela menanggung kesalahan pemesanan makanan akibat salah pencet jumlah pesanan. Penulis di sini juga mengaitkan hal ini dengan konten dakwah yang dilakukan oleh Bram Dermawan yang membantu driver ojol tersebut dengan cara bereksperimen mengenai sikap ojol yang patut diteladani meski ditengah kondisi serba kekurangan dan mungkin saja sedang membutuhkan biaya rumah tangga yang lebih tetapi uangnya digunakan untuk menambal pembelian pemesanan yang ternyata salah jumlah.

Dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam Islam. Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara

individu maupun kelompok. Kata dakwah sendiri berasal dari kata *da'aa*, *yad'u*, *du'aah/da'watan*. Dakwah merupakan isim masdar dari *du'aa* yang keduanya memiliki arti ajakan atau panggilan.⁵ Dalam tataran masyarakat dakwah sangat lah penting, karena memiliki fungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dari hal-hal yang membawa kehancuran.

Menurut Muhammad Natsir, dakwah adalah usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan serta tujuan hidup manusia di dunia dan yang meliputi amar ma'ruf nahi mungkar dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan. Sementara Prof Thoha Yahya Umar mengatakan dakwah ialah ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia penganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi pendapat pekerjaan tertentu. Prof Yahya juga mendefinisikan dakwah dalam pengertian khusus yakni mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.⁶ Berpedoman kepada pengertian para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu proses penyelenggaraan proses aktivitas atau usaha yang dilakukan secara sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia dengan berlandaskan ketentuan Allah SWT serta Rasulullah SAW.

Esensi dakwah adalah meningkatkan, membimbing, dan mengajak manusia untuk berbuat baik dalam segala hal sesuai tuntunan Allah dan Rasul nya; meninggalkan segala yang dilarang dan bertentangan dengan tsyariat Islam; serta mewujudkan kebahagiaan hidup

⁵ Alwisral Imam Zaidallah, *Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'i dan Khotib Profesional*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2002), hal. 1

⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2000), hal. 3

di dunia dan diakhirat. Esensi Dakwah merupakan penyebaran nilai ajaran islam kepada masyarakat luas. Misi Dakwah menyebarkan keanggunan, meningkatkan individu, kekuatan penalaran, kebutuhan dan kelesuan untuk menyelamatkan individu dari lihai, tidak dapat dipercaya, brutal, dendam, dan upaya untuk membuat kemajuan.⁷ Hal ini sebagai pondasi dasar dalam memberikan wejangan terhadap para jamaahnya atau warganet yang penonton. Sudah menjadi ketetapan bahwa berdakwah ke jalan Allah mengajak kepada kebaikan dan menjauhi larangan Allah SWT.

Pada konten yang diteliti oleh penulis, Bram Dermawan mengajarkan kepada kita mengenai pesan moral yang sangat berarti dalam menjalani kehidupan ini. Pesan moral dikemas secara menarik melalui tayangan yang disajikan untuk melihat reaksi driver ojol apakah ikhlas atau malah marah ketika pemesanan ternyata salah. Reaksi yang akan terjadi pada driver ojol ini menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton untuk antusias melihat channel tersebut. Pada tayangan tersebut, driver ojol menerima dengan legawa bahwa pemesan atau pengguna aplikasi salah pencet hingga kelebihan pemesanan. Driver ojol tersebut dengan ikhlas membagikan makanan yang telah lebih dipesan dan hanya dibayar satu porsi orderan saja. Bram Dermawan di sini memang sudah berencana mengganti uang yang telah dikeluarkan oleh driver ojol tersebut, hanya saja dikemas dengan eksperimen sosial tentang sikap yang ditunjukkan ketika sesuatu hal terjadi di luar ekspektasi kita.

Islam adalah agama dakwah yang diperkenalkan dengan cara persuasif bukan dengan cara represif. Dakwah konvensional pada eranya memiliki ciri khas penyampaian ajaran Islam melalui majelis-majelis yang diadakan di surau atau masjid suatu daerah. Da'i akan menghampiri setiap surau yang ada dan bekerjasama dengan pihak desa setempat untuk mengumpulkan warga sekitar agar mengikuti pengajian yang ada. Meski tergolong

⁷ Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000, hlm. 30

konvensional, dakwah ini tetap memiliki nilai positif sendiri yang tetap harus dilestarikan hingga saat ini. Dakwah konvensional memiliki keterikatan emosional yang tinggi antara Da'i dengan mad'u. Masyarakat yang datang ke majelis memiliki ikatan batin yang kuat. Mereka memiliki sense atau keterbukaan untuk menerima ilmu yang akan disampaikan oleh Da'i dengan sukarela datang ke surau. Dakwah secara face to face atau tatap muka lebih mengena dan lebih mudah untuk memberikan pemahaman kepada mad'u.

Dakwah dengan memanfaatkan media sosial memang merupakan gaya dakwah baru yang sedang naik daun dalam beberapa tahun terakhir. Bahkan bisa dibilang sebagai solusi paling tepat bagi permasalahan dakwah di era modern ini. Selain cakupan area dakwah yang mampu menjangkau lebih luas dibanding era konvensional yang hanya diwilayah tertentu saja atau pada majelis tertentu saja. Era milenial seperti saat ini memungkinkan dakwah menggunakan sosial media dirasa lebih tepat untuk menjangkau lapisan anak muda yang ogah-ogahan mengikuti pengajian. Konten dakwah melalui sosial media yang tersaji secara audio visual dapat diakses oleh beberapa pihak tanpa terkecuali penganut agama non-Islam.⁸ Keunggulan dakwah era milenial saat ini dapat mencakup masyarakat secara global. Penyebarannya pun dapat dilakukan secara cepat.

Pada video yang diunggah oleh beberapa konten kreator tidak memerlukan produser, setiap orang yang memiliki akun youtube dapat melakukan vlog perjalanannya sehari-hari. Sehingga, video vlog banyak menjadi tren para pemuda saat ini. Konten videonya pun memiliki beragam pengalaman. Serta, dalam perjalanan ini menampilkan subyek-subyek yang sering dijumpai di kehidupan nyata, seperti ojol, tukang becak, bahkan orang-orang yang kurang mendapatkan perhatian dari masyarakat. Video dari Bram Dermawan ini

⁸ Rieka Mustika, *Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia di Akun Facebook*, JIKOM: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2, No. 2, 2018, hlm. 139

mengundang simpati karena dibalik kekurangan ojol, masih mempunyai niatan untuk berbagi kepada sesama. Hal ini menarik untuk diteliti karena di masa sulit saat ini, ada beberapa individu yang berbagi kesesama, dari sosial eksperimen tersebut dapat diambil hikmah bahwasanya orang yang ikhlas menerima segala hasil usahanya meskipun sebuah usaha itu tidak selalu berbuah hal manis, dari kesabaran serta legawa akan ketentuan yang harus dijalani dalam menghadapi ujian Allah SWT maka akan ada gantinya dengan berlipat ganda. Dari penjelasan diatas, peneliti melakukan penelitian berjudul “Analisis Framing Citra Driver Ojek Online di Kalangan Warganet Studi Kasus Tayangan Youtube (Cerita Ojol).”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pesan moral yang disampaikan dalam channel youtube “*Cerita Ojol*”?
2. Bagaimana *framing* pada channel youtube “Cerita Ojol” terkait pesan moral dalam video tersebut?

C. Tujuan Penelitian

1. Menupas pesanmoral yang terdapat pada channel youtube “Cerita Ojol”.
2. Untuk menganalisis framing dari channel youtube “Cerita Ojol” terkait pesan moral dalam video tersebut.

D. Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Channel Youtube “Cerita Ojol” digunakan sebagai objek yang akan diteliti.

2. Analisis *framing* Robert Ertman digunakan dalam menyelidiki pesan moral pada Channel YouTube “Cerita Ojol”.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Pada Penelitian ini dapat memberikan pemikiran terhadap analisis *framing* dalam video “Cerita Ojol”.
- b. Pada Penelitian ini dapat memberikan peran teoritis dan pemikiran yang terdapat dalam video “Cerita Ojol”.

2. Manfaat Akademis

Pada Penelitian ini dapat memberikan warna pada dinamika keilmuan serta memiliki kegunaan untuk akademis.

3. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan media sosial khususnya youtube bahwa ditengah maraknya video yang tidak memiliki nilai edukatif dan hanya mengandung unsur *entertainment* saja masih terdapat video yang diunggah dengan menampilkan sisi keseharian yang positif.
- b. Penelitian ini mampu memberikan dampak positif untuk semua yang melihatnya, dapat sebagai referensi mereka dalam melakakukan kehidupan dalam sehari-hari, sehingga tidak memandang rendah sebuah pekerjaan meskipun hanya berbasis aplikasi atau tanpa tatap muka.

- c. Penelitian yang berjudul “Analisis Framingd Citra Driver Ojek Online Di Kalangan Warganet Studi Kasus Tayangan Youtube “Cerita Ojol” diharapkan dapat menjadi pijakan dan informasi yang bermanfaat.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memiliki referensi sebagai landasan penelitian yang akan datang. Referensi ini yang menjadikan tolak ukur sehingga dapat mempermudah dalam menyelesaikan penelitian. Maka dari itu disajikan perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dan sekarang, diantaranya:

No.	Nama	Judul	Tahun	Hasil Penelitian	Keterkaitan Penelitian
1.	Firda Adinda Syukuri	Analisis <i>Framing</i> Tentang Poligami Dalam Video “Polemik Poligami Di Indonesia: Berbagi Surga” Pada Channel Youtube <i>Vice Indonesia</i>	2019	Skripsi	- Persamaan dalam penelitian ini menggunakan analisis <i>framing</i> dalam melihat konten video di youtube.
2.	Nur Holis	Konstruksi Citra Jokowi melalui Video (Analisis Framing	2018	Skripsi	- Persamaan dengan penelitian ini menggunakan analisis

		#JKWVLOG di channel Youtube Presiden Joko Widodo)			framing untuk melihat konten video di youtube. - Serta kesamaan berikutnya adalah jenis video yakni vlog yang dilakukan subyek tertentu.
3.	Ajeng Dwi Wardani dan Heni Indrayani	Netralitas Konten Berita Online (Analisis Framing: Berita Reuni Alumni 212 di detik.com)	2018	Jurnal (Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 7 No. 1, Juni 2018)	- Persamaan dari penelitian ini adalah analisis framing digunakan sebagai alat untuk membedah subyek penelitian. - Perbedaan dari penelitian ini terletak pada subyek penelitian.

					Dimana dalam penelitian tersebut menggunakan media online sebagai subyek penelitian.
4.	Brian Antonov	Konstruksi Citra Cak Thoriq Sebagai Bupati Lumajang (Analisis <i>Framing</i> di Channel YouTube Lumajang TV)	2019	Skripsi	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian ini memiliki persamaan dari penelitian terbaru yakni analisis framing yang digunakan untuk membedah subyek penelitian. - Selanjutnya, fokus penelitian yang digunakan adalah media sosial yakni tayangan YouTube

					channel seorang pejabat publik.
5.	Ana Maria Sarmiento Gaio, Mondry, dan Carmia Diahloka	Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan Konflik KPK VS Polri Di Vivaneews.co.id Dan Detiknews.com	2015	Jurnal (JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 4, No. 3, 2015)	- penelitian ini menggunakan analisis framing secara spesifik Robert Entman - Perbedaan terletak pada fokus amatan yang spesifik pada portal berita. Bukan pada konten video.

G. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang akan digunakan dilakukan oleh peneliti, diantaranya:

1. Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk membedah study kasus. Penelitian study kasus memiliki tujuan untuk menangkap fenomena yang terjadi terhadap penelitian. Study kasus akan diteliti untuk memfokuskan penelitian terhadap peristiwa

yang terdapat pada setiap aktivitas.⁹ Sehingga dapat menjadikan hikmah bagi penontonya atau warganet.

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan analisis model *framing* dari Robert Entman. Secara garis besar Entman, ide merupakan “hal terpenting dalam menyinggung tentang definisi, klarifikasi, penilaian, serta proposal pada media seperti video.”¹⁰ Dari apa yang dilakukan oleh entman ini mencari definisi dari konten yang ditampilkan. Setelah mendapat definisinya lalu dijelaskan dari apa yang telah didefinisikan. Penjelasan tersebut di carilah bagaimana cara terbaik untuk disampaikan kepada khalayak maka dari itu penjelasan tersebut di evaluasi. Tahap terakhir adalah pemberian rekomendasi dari hasil evaluasai, sehingga khalayak tidak terjerumus pada pendapat yang menyesatkan hoax.

3. Subyek Penelitian

Pada penelitian ini subjek akan mendeskripsikan dan melihat kerangka berpikir dari tayangan YouTube “Cerita Ojol”.Sedangkan objek penelitian adalah citra Driver Ojek Online Di Kalangan Warganet.

4. Sumber Data

- a. Sumber Data Primer yakni tayangan YouTube “Cerita Ojol”.
- b. Sumber Data Sekunder yakni skripsi, journal, tesis, web, dan dokumen lain.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data melalui pengamatan video dan mengkaji seluruh *scene*. Selain itu, menjelaskan tentang background dan fakta yang terjadi saat ini. Selain

⁹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007, hlm. 37

¹⁰ Eriyanto, *Konstruksi, Ideologi, Politik Media, dan Analisis Framing*, Yogyakarta: LKiS, 2002, hlm 21

itu peneliti merekomendasikan beberapa bahan yang akan menjadi subyek penelitian. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

6. Metode Analisis Data

Peneliti menggunakan analisa framing dengan memusatkan penelitian kualitatif deskriptif. Kajian ini mencoba menangkap semua jenis informasi dan bagaimana sebuah media mengaplikasikan sebuah realitas. Dalam penyelidikan ini, spesialis menggunakan model hipotesis *Framing* dari Zhongdang Pan & Kosicki. Penulis menerapkan teori *framing* dari Zhongdang Pan & Kosicki. Penulis akan mencari sebuah fakta yang disajikan oleh tayangan youtube tentang Chanel “Cerita Ojol” situs yang digarap oleh Bram Dermawan. Sehingga, peneliti akan menganalisis tayangan youtube yang bertajuk pesan moral tersebut melalui cerita ojek online.

Zhongdang Skillet dan Gerald M. Kosicki sebagaimana dikutip Eriyanto, *framing* merupakan “suatu proses membuat pesan lebih terlihat menempatkan data lebih dari yang lain sehingga kerumunan akan terpusat di sekitar catatan.”¹¹ Sedangkan Todd Gitlin mendefinisikan *framing* sebagai prosedur bagaimana kebenaran saat ini dibentuk dan dirampingkan sehingga selanjutnya ditampilkan dalam berita untuk menarik perhatian orang banyak, pembaca atau pengamat.¹² Entman yang dikutip oleh Sobur, memandang *framing* dalam dua ukuran: penentuan masalah dan aksentuasi atau menampilkan bagian dari dunia nyata. Kedua elemen ini dapat mengasah penjabaran melalui siklus pilihan isu yang layak ditampilkan dan dengan menonjolkan substansi berita.¹³ Youtuber-lah yang berperan dalam menentukan realitas yang dia pilih dengan menggunakan sudut pandangnya sendiri, kemudian, kemudian ditampilkan atau

¹¹ Alex Sobur. *AnalisisTeks Media*. Bandung:RemajaRosdakarya. 2009, hlm.163

¹² *Ibid.*, hlm. 68.

¹³ Alex Sobur. *AnalisisTeks Media*. Bandung:RemajaRosdakarya. 2009, hlm.163

dibuang. Tentunya, hal-hal dalam menentukan pilihan tentang sisi mana yang akan ditampilkan atau sisi mana yang harus dihilangkan termasuk kualitas atau filosofi yang dianut oleh youtuber itu sendiri. Entman melihat garis besar dalam dua pengukuran signifikan, khususnya:

a. Seleksi isu

Pilihan masalah berkaitan dengan penentuan realitas. Dari berbagai faktor nyata, memilih mana yang akan ditampilkan. Bagian dari memilih realitas ini tidak dapat dipisahkan dari bagaimana sebuah realitas diuraikan oleh netizen. Ada metodologi yang pasti dalam pemilihan realitas yang tidak tepat mencirikan kenyataannya. Pertama-tama, realitas khusus serta membuang realitas yang berbeda telah memberi orang banyak pengaturan bahwa kebenaran tersedia dengan cara "perkembangan" yang spesifik. Kedua, sebagai hasil lebih lanjut, ada siklus otentisitas dan delegitimasi pertemuan yang terlibat dalam pertarungan pembicaraan.

b. Aksentuasi atau menampilkan realitas atau masalah

Kualitas yang tidak diragukan lagi adalah siklus di mana YouTuber membuat data lebih signifikan, sangat menarik, dan signifikan. Faktor-faktor nyata yang diperkenalkan secara mencolok atau tidak salah memiliki peluang yang lebih besar untuk dilihat oleh orang banyak dan mempengaruhi orang banyak dalam memahami realitas saat ini. Dalam penelitian ini, kami menerapkan aklimatisasi pada empat desain signifikan yang ditemukan dalam investigasi Zhongdang Skillet dan Kosicki's Outlining. Investigasi garis besar Zhongdang Skillet dan Kosicki,

dipisahkan menjadi empat konstruksi signifikan. Untuk mulai dengan, konstruksi sintaksis, desain konten berikutnya, desain topikal dan konstruksi logis.

Analisis *framing* Kontainer Zhongdang dan Kosicki dalam penyelidikan ini dapat digambarkan sebagai pola sebagai berikut:

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang diamati
Sintaksis (bagaimana pencipta mengorganisasikan cerita)	Skema dari skema cerita Judul	Judul, <i>background</i> informasi, pemain dan naskah.
Skrip (petunjuk menulis untuk menceritakan sebuah cerita)	Kelengkapan cerita (komponen situasi video)	Pengembangan sensasional, dasar cerita dan adegan.
Tematik (cara penulis menyusun cerita)	Detail, perpaduan, bentuk kalimat	Tema, rekomendasi, kalimat, <i>discourse connective</i> .
Retoris (cara pencipta menggarisbawahi cerita)	Kosa kata, gaya bahasa	Kata, frasa dan simbolisme

7. Teknik Keabsahan Data

Pada teknik ini, peneliti menganalisis menggunakan persepsi dan meninjau strategi pengamatan. Pengamatan lah digunakan untuk melacak komponen yang berlaku dari rencana masalah. Kemudian, dilakukan penjelasan secara mendalam. Selanjutnya, proses auditing yakni memeriksa kembali keterikatan atau keterkaitan suatu data dengan bahan yang akan menjadi subyek penelitian.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Pada tahap terakhir penelitian ini adalah sistematika penulisan hasil penelitian yakni skripsi, diantaranya:

BAB I: Pendahuluan. Latar belakang masalah dari tayangan YouTube “Cerita Ojol”. Serta mencakup rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, dan metodologi penelitian.

BAB II: Landasan Teori. Penulis menjabarkan beberapa konsep ide berlandaskan teori yang relevan sebagai penunjang dalam meneliti permasalahan. Seperti menjelaskan konsep teori, serta menjelaskan terkait media komunikasi dan tayangan YouTube serta menjelaskan pengertian pesan moral dan kerangka berpikir suatu media.

BAB III: Paparan Data. Pada bab ini memberikan beberapa data untuk subyek penelitian seperti mendeskripsikan karakter tokoh, latar pembuatan video, serta konten pada tayangan tersebut.

BAB IV: Pembahasan. Pada bab ini menjelaskan tentang proses dan hasil analisa framing Robert Entman dan pesan moral apa yang tersampaikan pada pembuatan video-video tersebut.

BAB V: Penutup. Pada bab akhir peneliti menjelaskan hasil analisis yang berupa kesimpulan dan saran