

YOUTUBE TV : KONVERGENSI MEDIA PENYIARAN DIGITAL

Fadeyanto Prabowo S.Sos., M.A.
Akademi Komunikasi Radya Binatama

fadeyanto@akrb.ac.id

Abstrac

The advancement of the internet has driven cross – platform intregration, griving rise to the phenomenon of Social TV, with YouTube Channels serving as a prominent example of media convergence in Indonesia. This study aims to explore how YouTube Channels reflect the intersection between digital broadcasting and social media, as well as their influence on the audience’s shift from traditional to digital media. A text-based qualitative method was employed to examine this phenomenon in depth. The findings reveal that while the platform allows users creative freedom, the absence of specific regulations opens the door to irresponsible content production and negative user interactions. Therefore, there is a pressing need for clear and effective regulations to ensure that digital content aligns with existing social norms and legal frameworks.

Keyword : media convergence, Social TV, YouTube Channel, digital media, audience preferences, digital broadcasting.

Abstrak

Perkembangan internet telah mendorong integrasi antarplatform yang melahirkan fenomena Social TV, dengan YouTube Channel sebagai contoh nyata konvergensi media di Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana YouTube Channel merepresentasikan pertemuan antara media penyiaran digital dan media sosial, serta dampaknya terhadap pergeseran preferensi penonton dari media konvensional ke digital. Metode kualitatif berbasis teks digunakan untuk menjelaskan fenomena tersebut secara mendalam. Temuan menunjukkan bahwa meski platform ini menawarkan kebebasan berkreasi bagi pengguna, ketiadaan regulasi khusus membuka peluang produksi konten yang tidak bertanggung jawab dan interaksi negatif di antara pengguna. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang jelas dan tepat guna untuk memastikan konten digital tetap sesuai dengan norma sosial dan hukum yang berlaku.

Kata Kunci : konvergensi media, Social TV, YouTube Channel, media digital, interaksi sosial, penyiaran digital.

Pendahuluan

Media massa idealnya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi yang akurat, edukatif, serta hiburan yang konstruktif bagi masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, media massa harus dikelola secara bertanggung jawab dengan penerapan regulasi yang tegas, guna melindungi masyarakat dari konten negatif yang merugikan (Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran). Regulasi tersebut juga bertujuan memastikan bahwa isi media massa mampu mendorong interaksi sosial yang sehat serta partisipasi aktif masyarakat dalam ruang publik yang bertanggung jawab (Jenkins, 2004).

Dalam konteks komunikasi ideal, media digital, termasuk platform seperti YouTube Channel, seharusnya mampu menyediakan ruang publik yang terbuka namun tetap berada dalam koridor norma sosial dan hukum. Media digital diharapkan tidak hanya menjadi platform ekspresi bebas tetapi juga dapat mengedukasi dan meningkatkan kesadaran publik terhadap isu-isu penting melalui penyajian konten yang berkualitas tinggi (Boyd & Ellison, 2008).

Namun, kondisi empiris menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah melahirkan berbagai platform digital seperti YouTube Channel yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan konten secara bebas tanpa regulasi yang memadai. Situasi ini menciptakan peluang munculnya konten-konten negatif seperti hoaks, ujaran kebencian, dan radikalisme yang dapat merusak tatanan sosial serta menimbulkan interaksi yang negatif di antara pengguna (Andrianto, 2019).

Selain itu, data statistik menunjukkan bahwa penetrasi internet dan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan signifikan. Pada tahun 2019, pengguna internet mencapai lebih dari 150 juta orang dengan penetrasi media sosial sebesar 56% (Millward, 2014). Tingginya konsumsi media sosial dan platform streaming video, termasuk YouTube, memperlihatkan adanya pergeseran preferensi masyarakat dari media konvensional menuju media digital (We Are Social, 2019).

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas konvergensi media seperti Instagram TV dan perpindahan audiens ke

media digital (Huang et al., 2006; Sumartias & Hafizni, 2018). Meskipun demikian, kajian yang secara khusus mengulas YouTube Channel sebagai contoh Social TV di Indonesia serta dampak spesifik dari absennya regulasi terhadap penyiaran digital masih sangat terbatas. Kesenjangan penelitian ini menjadi dasar penting bagi kajian lanjutan untuk mengisi kekosongan dalam literatur terkait regulasi konten digital.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara mendalam bagaimana platform YouTube Channel merepresentasikan fenomena konvergensi media penyiaran digital dengan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari integrasi tersebut terhadap preferensi audiens serta mengidentifikasi implikasi terhadap industri media secara keseluruhan di Indonesia.

Selain itu, penelitian ini memiliki urgensi tinggi karena hasilnya diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pengambilan kebijakan terkait regulasi konten digital di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menegaskan perlunya regulasi yang efektif untuk memastikan bahwa konten digital yang diproduksi sesuai dengan norma sosial dan

hukum, sehingga kepentingan publik dapat terlindungi secara maksimal.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-interpretatif untuk mengkaji fenomena konvergensi media pada platform YouTube Channel secara mendalam. Metode kualitatif dipilih karena mampu memberikan analisis yang rinci dan mendalam mengenai realitas sosial serta konteks di balik fenomena konvergensi media ini (Neuman, 2017). Pendekatan deskriptif - Interpretatif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan, memahami, dan menafsirkan secara holistik fenomena yang terjadi, khususnya dalam konteks penggunaan YouTube Channel sebagai bentuk Social TV.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi tekstual terhadap konten video populer yang diproduksi oleh beberapa YouTube Channel terkemuka di Indonesia tahun 2020 - 2025. Observasi konten dilakukan dengan menganalisis secara sistematis dan terstruktur terhadap isi video, pola interaksi antar pengguna melalui kolom komentar, serta kecenderungan tema dan pesan yang

disampaikan dalam konten tersebut. Sampel dipilih secara purposif berdasarkan relevansi dan popularitas konten untuk memastikan representasi fenomena secara optimal.

Penelitian ini menggunakan teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Jenkins (2004), yang menggarisbawahi integrasi antarplatform media dalam konteks digitalisasi konten. Selain itu, teori Social Presence dari Hwang dan Lim (2015) juga diterapkan untuk menjelaskan interaksi sosial pengguna dalam platform digital. Untuk memperdalam analisis produksi konten pengguna, penelitian ini menggunakan teori User Generated Content yang dirumuskan oleh Boyd dan Ellison (2008). Kombinasi teori-teori tersebut memberikan kerangka yang komprehensif untuk mengkaji fenomena konvergensi media secara detail dan akurat.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik analisis tematik. Proses analisis ini mencakup identifikasi tema-tema utama yang muncul dari observasi konten serta interpretasi mendalam berdasarkan teori-teori yang telah disebutkan. Validitas hasil penelitian dijaga dengan menggunakan metode triangulasi teoritis, yaitu mengintegrasikan berbagai teori yang relevan untuk memperkaya

interpretasi dan menghindari bias dalam penafsiran data (Sugiyono, 2009). Dengan demikian, penelitian ini menghasilkan kajian yang reliabel, valid, dan relevan terhadap fenomena konvergensi media pada YouTube Channel.

Hasil Pembahasan

1. Konvergensi Media di Era Digital Indonesia

Perubahan lanskap media di Indonesia menunjukkan dinamika signifikan, ditandai dengan pergeseran pola konsumsi media dari media konvensional ke arah digital. Fenomena ini mencerminkan transisi masyarakat dalam mengakses informasi dan hiburan yang semakin mengandalkan platform berbasis internet. Laporan Nielsen Consumer & Media View (2021) mengindikasikan penurunan jumlah audiens televisi konvensional, seiring dengan meningkatnya konsumsi media digital, terutama di kalangan generasi muda urban yang lebih memilih konten on-demand dan personalisasi akses informasi.

Tren ini semakin diperkuat oleh pertumbuhan eksponensial pengguna internet dan media sosial di Indonesia dalam satu dekade terakhir. Data dari We Are Social dan

Hootsuite (2023) mencatat bahwa lebih dari 212 juta penduduk Indonesia telah terhubung ke internet, dengan tingkat penetrasi media sosial mencapai 68,9% dari total populasi. Peningkatan tersebut tidak sekadar merepresentasikan kemajuan infrastruktur teknologi, melainkan juga menandai transformasi budaya digital yang membentuk ulang praktik komunikasi, distribusi informasi, dan partisipasi publik dalam ruang diskursus daring (Lim, 2020).

Dalam konteks transformasi penyiaran digital, YouTube menempati posisi sentral sebagai representasi konkret dari konvergensi media. Platform ini tidak hanya menyediakan akses terhadap konten audiovisual secara gratis dan tanpa batas waktu, tetapi juga memungkinkan interaksi dua arah antara produsen dan konsumen konten. YouTube secara efektif mengaburkan batas antara media penyiaran tradisional dan media sosial, menciptakan ekosistem partisipatif yang inklusif dan mendisrupsi model produksi media yang hierarkis (Burgess & Green, 2018). Di Indonesia, peran YouTube semakin dominan dengan munculnya kanal-kanal independen yang mampu menarik jutaan penonton dan berpengaruh dalam membentuk opini publik

tanpa melalui institusi media konvensional (Sumartias & Hafizni, 2018).

Transformasi ini tidak hanya berdampak pada preferensi audiens, tetapi juga menantang kerangka regulasi penyiaran yang sebelumnya hanya mengakomodasi media linier. Dalam konteks kebijakan komunikasi publik, diperlukan pendekatan baru yang mampu menjawab kompleksitas interaksi antara konten, platform, dan pengguna, sebagaimana dipotret dalam dinamika media digital kontemporer (Huang et al., 2006).

2. Platform YouTube sebagai Wujud Konvergensi Media

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan integrasi antara media penyiaran dan media sosial yang melampaui batas-batas tradisional penyiaran satu arah. Dalam konteks ini, YouTube berperan sebagai medium yang mewujudkan konsep *Social TV*, yakni suatu bentuk konvergensi yang menggabungkan karakteristik penyiaran audiovisual dengan fitur interaktif khas media sosial. Fenomena ini menandai pergeseran mendasar dari model komunikasi linear menuju pola komunikasi yang lebih partisipatif dan desentralistik, di mana audiens tidak hanya menjadi konsumen,

melainkan turut berkontribusi dalam proses produksi dan distribusi informasi (Muntinga, Moorman, & Smit, 2011).

Kanal-kanal YouTube di Indonesia tidak hanya menghadirkan konten hiburan, tetapi juga memainkan fungsi strategis dalam menyampaikan informasi publik, opini, dan bahkan narasi politik. Karakteristik keterbukaan platform memungkinkan penyebaran informasi secara luas, lintas batas geografis dan demografis, serta tanpa intervensi institusi media arus utama. Dalam konteks ini, YouTube menjadi arena artikulasi opini publik yang tidak selalu terakomodasi dalam media konvensional. Studi Sumartias dan Hafizni (2018) menyoroti bagaimana kanal YouTube Indonesia Lawyers Club, misalnya, mampu menjembatani dialog antara publik dan narasumber strategis dengan pendekatan yang interaktif dan inklusif, serta memperluas jangkauan audiens di luar siaran televisi linier.

Fitur unggulan YouTube yang memungkinkan produksi konten oleh pengguna (*User Generated Content*) menjadi pendorong utama dalam pembentukan lanskap media baru yang lebih demokratis. Produksi konten tidak lagi eksklusif dimiliki oleh institusi media, melainkan terbuka bagi

siapa pun yang memiliki akses teknologi dan keterampilan minimal dalam produksi video. Hal ini menciptakan ekosistem konten yang sangat beragam, baik dari segi genre, kualitas, maupun perspektif yang diangkat. Burgess dan Green (2018) mengemukakan bahwa karakteristik partisipatoris ini menjadi ciri khas utama YouTube sebagai media konvergen, sekaligus menjadi tantangan tersendiri bagi regulasi media, terutama terkait akuntabilitas dan validitas informasi yang beredar di ruang publik digital.

Transformasi ini membawa konsekuensi epistemologis dan struktural dalam ekosistem komunikasi massa. Model penyiaran tidak lagi bersifat sentralistik dan dikendalikan oleh institusi tunggal, melainkan tersebar dalam jaringan yang kompleks, di mana otoritas naratif dapat bergeser kepada individu atau komunitas yang sebelumnya berada di luar sistem penyiaran formal. Dengan demikian, YouTube merepresentasikan paradigma baru dalam penyiaran digital yang terintegrasi dengan praktik sosial media, membentuk ruang publik baru yang dinamis dan terbuka (Jenkins, Ford, & Green, 2013).

3. Dampak Positif Konvergensi Media dalam Ekosistem Digital

Konvergensi media tidak semata-mata merevolusi struktur industri penyiaran, tetapi turut memberikan ruang yang lebih luas bagi partisipasi masyarakat dalam proses produksi informasi. Pergeseran paradigma dari audiens pasif menjadi aktor aktif dalam ekosistem komunikasi digital memungkinkan individu untuk turut menyumbangkan narasi, membentuk opini publik, serta memperkaya diskursus sosial yang sebelumnya dimonopoli oleh institusi media arus utama. Jenkins (2006) menekankan bahwa partisipasi ini merupakan fondasi utama dalam budaya konvergensi, di mana pengguna tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga memiliki otoritas dalam memproduksi dan mendistribusikannya secara mandiri.

Fenomena meningkatnya jumlah kreator independen yang memproduksi konten di luar skema media tradisional mencerminkan proses diversifikasi informasi yang substansial. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok menjadi ruang alternatif bagi munculnya wacana-wacana baru yang lebih merepresentasikan keberagaman perspektif sosial, budaya, dan politik masyarakat. Proses ini memperluas

spektrum naratif di ruang publik digital, sekaligus memperkuat keberadaan komunitas yang sebelumnya termarginalkan oleh logika pasar media konvensional (Burgess & Green, 2018). Keberadaan kreator independen juga mengindikasikan bahwa nilai produksi konten tidak lagi ditentukan oleh skala kapital media, tetapi oleh orisinalitas, relevansi, dan keterhubungan emosional antara kreator dan audiensnya.

Dalam lanskap ini, audiens mengalami transformasi peran menjadi prosumer, yakni entitas ganda yang secara simultan bertindak sebagai produsen dan konsumen informasi. Ritzer, Dean, dan Jurgenson (2012) menyoroti bagaimana mekanisme digital memungkinkan audiens tidak hanya mengakses konten, tetapi juga berkontribusi dalam proses produksi nilai melalui komentar, penyebaran, dan respons terhadap konten tersebut. Pemberdayaan ini tidak sekadar membuka peluang bagi demokratisasi informasi, tetapi juga menciptakan sistem umpan balik yang memperkuat relasi sosial dan meningkatkan kualitas diskursus publik.

Mekanisme konvergensi media yang mengintegrasikan dimensi teknologi, sosial, dan kultural pada akhirnya memperluas akses terhadap informasi, memperkaya pluralitas

konten, dan memfasilitasi proses komunikasi dua arah yang lebih egaliter. Namun demikian, pemberdayaan ini juga mensyaratkan literasi digital yang memadai agar partisipasi masyarakat tidak hanya kuantitatif, tetapi juga berkualitas dalam kerangka etis dan kritis terhadap dinamika produksi informasi di ruang digital kontemporer.

4. Dampak Negatif Konvergensi Media dan Tantangan Regulasi di Ruang Publik Digital

Ekspansi konvergensi media yang menggabungkan penyiaran digital dan media sosial turut membawa implikasi negatif yang kompleks, khususnya dalam konteks penyebaran informasi. Keterbukaan platform digital, meskipun mendorong partisipasi masyarakat, juga menjadi kanal potensial bagi beredarnya hoaks, ujaran kebencian, serta konten bermuatan radikal. Dinamika ini menciptakan lanskap informasi yang tidak sepenuhnya terkendali, sehingga menimbulkan ancaman terhadap integritas ruang publik digital dan stabilitas sosial secara lebih luas. Menurut Lim (2020), kondisi ini diperparah oleh algoritma platform yang cenderung memperkuat bias konfirmasi dan polarisasi wacana, karena konten yang bersifat provokatif memiliki

kecenderungan lebih tinggi untuk mendapatkan eksposur dan interaksi.

Tidak tersedianya mekanisme penyingkapan dan pengawasan yang memadai pada level kebijakan maupun teknis memperburuk kerentanan tersebut. Meskipun beberapa platform digital telah menerapkan sistem moderasi berbasis kecerdasan buatan dan laporan pengguna, efektivitasnya masih terbatas dan seringkali bersifat reaktif. Pemerintah sebagai otoritas regulatif pun menghadapi dilema antara menjaga kebebasan berekspresi dan menegakkan ketertiban informasi, terutama dalam konteks kerangka hukum yang belum sepenuhnya adaptif terhadap karakteristik media baru (Nugroho, Siregar, & Laksmi, 2012). Ketidaksinkronan antara perkembangan teknologi digital dan kapasitas regulatif ini berisiko menciptakan kekosongan hukum yang dimanfaatkan oleh aktor-aktor destruktif untuk menyebarkan disinformasi atau memobilisasi narasi ekstremis secara masif.

Di samping itu, risiko interaksi negatif dalam ruang publik digital menjadi tantangan tersendiri dalam era konvergensi media. Fenomena perundungan siber, doxing, serta tribalistik opini yang mengarah pada pembentukan ekokamar (*echo*

chambers) merupakan beberapa bentuk gangguan terhadap kualitas deliberasi publik. Interaksi yang seharusnya memperkaya diskursus justru kerap menimbulkan fragmentasi sosial, di mana individu hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dan menolak keberagaman perspektif. Hal ini berpotensi mengikis kapasitas masyarakat dalam membangun toleransi dan dialog yang sehat, sebagaimana diuraikan dalam studi Gillespie (2018) mengenai algoritmik kurasi konten yang memperkuat pembelahan sosial.

Dengan demikian, tantangan utama dalam era konvergensi media bukan semata-mata terletak pada perkembangan teknologinya, melainkan pada ketertinggalan sistem regulasi dan kapasitas literasi digital masyarakat. Upaya pembaruan regulasi yang adaptif, penguatan kebijakan etik platform digital, serta peningkatan literasi kritis menjadi elemen krusial untuk memastikan bahwa ruang publik digital tetap berfungsi sebagai arena demokratis yang aman, inklusif, dan bertanggung jawab.

5. Kesenjangan Regulasi dan Implikasi antara Media Baru

Perkembangan media baru yang berbasis digital telah menciptakan konfigurasi komunikasi publik yang sangat berbeda dibandingkan dengan media

tradisional. Perbedaan ini tidak hanya menyangkut aspek teknologi dan pola distribusi, tetapi juga berkaitan erat dengan kerangka regulatif yang mengatur aktivitas produksi, penyebaran, serta konsumsi informasi. Dalam konteks Indonesia, media tradisional seperti televisi, radio, dan cetak telah lama tunduk pada sistem regulasi yang ketat melalui lembaga-lembaga seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Dewan Pers, serta undang-undang penyiaran yang menetapkan batasan etis, teknis, dan yuridis secara eksplisit. Sebaliknya, media baru seperti YouTube, TikTok, dan berbagai platform berbasis *user generated content* beroperasi dalam kerangka yang relatif longgar, dengan pengawasan yang lebih banyak diserahkan pada mekanisme internal platform dan kesadaran pengguna.

Akselerasi transformasi digital yang menggabungkan dimensi penyiaran dan media sosial telah menghasilkan model komunikasi publik yang belum terakomodasi secara utuh dalam regulasi formal di Indonesia. Meskipun pemerintah telah merumuskan sejumlah kebijakan melalui Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan regulasi turunan seperti Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 5 Tahun 2020 tentang

Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat, instrumen hukum tersebut belum sepenuhnya menjangkau kompleksitas dinamika konten digital, terutama dalam aspek tanggung jawab platform, batasan kebebasan berekspresi, dan moderasi algoritmik (Nugroho, Siregar, & Laksmi, 2012).

Kesenjangan ini menghasilkan asimetri yang berdampak langsung terhadap ekosistem informasi publik. Media tradisional dituntut untuk mematuhi standar verifikasi, keseimbangan informasi, dan tanggung jawab editorial, sementara media baru cenderung mendorong produksi konten berbasis impresi, algoritma popularitas, dan kecepatan distribusi. Akibatnya, konten dari media baru sering kali melampaui batasan etik yang selama ini dijaga oleh media konvensional, baik dalam bentuk penyebaran hoaks, sensasionalisme, maupun komodifikasi isu-isu sensitif yang berdampak sosial signifikan (Gillespie, 2018). Dalam kerangka ini, absennya sistem regulasi yang komprehensif terhadap media baru tidak hanya menciptakan ketimpangan dalam standar informasi, tetapi juga menimbulkan ketidakadilan struktural dalam lanskap komunikasi publik.

Implikasi dari kesenjangan ini juga menyentuh aspek legitimasi sosial media. Media tradisional masih memegang otoritas simbolik sebagai penyedia informasi kredibel, terutama dalam konteks berita politik, hukum, dan kebijakan publik. Namun, media baru perlahan membentuk sistem legitimasi alternatif yang bersandar pada jumlah pengikut, *engagement rate*, dan persepsi kedekatan dengan audiens. Pergeseran ini mengakibatkan terjadinya kontestasi otoritas antara media profesional dan konten kreator independen yang tidak selalu memiliki kapasitas verifikasi informasi yang memadai, tetapi memperoleh legitimasi melalui popularitas digital (Lim, 2020).

Dalam konteks kebijakan komunikasi, ketimpangan regulatif ini menuntut perumusan ulang terhadap konsep tanggung jawab media yang mampu menjembatani karakteristik keduanya. Diperlukan kerangka regulasi yang fleksibel namun berprinsip, yang mampu mengakomodasi dinamika partisipatif media baru tanpa mengorbankan prinsip keakuratan informasi dan etika komunikasi. Nugroho, Siregar, dan Laksmi (2012) menekankan bahwa pendekatan kebijakan yang terlalu kaku terhadap media digital justru berisiko membatasi ruang ekspresi publik, namun

ketiadaan aturan yang tegas akan membuka celah penyalahgunaan ruang digital sebagai alat manipulasi dan polarisasi.

Dengan demikian, kesenjangan regulasi antara media baru dan media tradisional tidak sekadar persoalan hukum atau teknis, tetapi merupakan isu struktural yang berimplikasi terhadap kualitas demokrasi informasi, legitimasi sosial media, serta keadilan dalam distribusi dan konsumsi wacana publik. Harmonisasi antara regulasi media konvensional dan kebijakan digital menjadi krusial untuk membentuk ekosistem komunikasi yang adil, inklusif, dan bertanggung jawab secara sosial.

6. Analisis Teoretis:

a. Penerapan Teori Konvergensi Media dalam Praktik Media Digital

Transformasi ekosistem komunikasi kontemporer yang melibatkan perpaduan antara media penyiaran konvensional dan platform digital interaktif dapat dipahami secara komprehensif melalui kerangka teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Jenkins (2004). Teori ini menekankan pergeseran dari model komunikasi yang bersifat linier, terpusat, dan dikendalikan oleh institusi media besar menuju sistem

yang partisipatif, horizontal, dan terdistribusi, di mana batas-batas antar medium menjadi semakin kabur dan saling melengkapi. Dalam konteks ini, konvergensi tidak hanya bersifat teknologi, tetapi juga mencakup dimensi budaya, ekonomi, dan institusional.

Penerapan teori tersebut dapat diamati secara konkret pada fenomena media seperti YouTube yang secara simultan menjalankan fungsi penyiaran, media sosial, dan ruang komunitas daring. Platform ini merepresentasikan apa yang oleh Jenkins (2004) disebut sebagai *collective intelligence culture*, yaitu ekosistem di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga mengambil peran aktif dalam produksi, kurasi, dan distribusi informasi. Proses tersebut menandai terjadinya redistribusi otoritas simbolik dari institusi media menuju individu dan komunitas daring yang memiliki kemampuan untuk merepresentasikan pengalaman kolektif secara lebih otonom.

Lebih lanjut, konvergensi media sebagaimana dimaksud oleh Jenkins juga melibatkan integrasi lintas platform dan migrasi konten, di mana satu narasi dapat hadir dalam berbagai bentuk medium dan saluran komunikasi. Dalam kasus kanal YouTube di Indonesia, misalnya, program

televisi yang sebelumnya bersifat linier dapat dikemas ulang dalam bentuk klip daring, dikomentari oleh pengguna, dan didistribusikan ulang melalui berbagai jejaring sosial, memperluas jangkauan dan memperpanjang siklus hidup konten tersebut. Praktik ini menunjukkan bahwa konvergensi bukan sekadar adaptasi teknologi, tetapi juga restrukturisasi dalam cara kerja produksi dan konsumsi media secara keseluruhan.

Implikasi dari proses konvergensi ini tidak hanya berdampak pada dimensi teknis dan estetis media, tetapi juga pada struktur kekuasaan informasi dalam masyarakat. Jenkins (2004) menegaskan bahwa kendali atas produksi makna kini tidak lagi dimonopoli oleh institusi media konvensional, melainkan tersebar ke dalam jaringan partisipatif yang lebih cair dan demokratis. Namun, meskipun membuka ruang partisipasi yang lebih luas, konvergensi media juga menghadirkan tantangan baru, seperti fragmentasi audiens, kompleksitas tata kelola konten, dan ketimpangan akses terhadap infrastruktur digital.

Dengan demikian, teori konvergensi media menyediakan lensa kritis yang esensial untuk memahami transformasi struktur komunikasi dan produksi informasi dalam era digital. Melalui pendekatan ini, dapat

dianalisis secara lebih tajam bagaimana media digital seperti YouTube bukan hanya merepresentasikan evolusi teknologi, melainkan juga mencerminkan pergeseran epistemologis dalam hubungan antara media, masyarakat, dan kekuasaan simbolik.

b. Konsep *Social Presence* dalam Interaksi Pengguna Digital

Konfigurasi komunikasi digital dalam era konvergensi media memunculkan dinamika baru dalam pola interaksi pengguna, yang tidak lagi terbatas pada aspek pertukaran informasi semata, tetapi turut membentuk pengalaman sosial yang kompleks di ruang daring. Dalam konteks ini, konsep *social presence* sebagaimana dikemukakan oleh Hwang dan Lim (2015) memberikan kerangka teoretis yang esensial untuk memahami sejauh mana pengguna merasakan kehadiran sosial yang nyata dan bermakna dalam interaksi yang dimediasi oleh teknologi digital.

Dalam ranah platform seperti YouTube, *social presence* tercermin melalui intensitas keterlibatan emosional, kedekatan psikologis, dan persepsi kehadiran nyata antar pengguna dalam proses komunikasi. Hwang dan Lim (2015) menunjukkan bahwa dimensi kehadiran sosial ini berperan

signifikan dalam memperkuat loyalitas audiens terhadap saluran digital, mendorong partisipasi aktif, serta memperkuat kohesi komunitas daring. Interaksi yang dilakukan melalui komentar, tanggapan, dan fitur berbasis interaktivitas lainnya bukan sekadar sarana ekspresi pendapat, tetapi juga medium afektif yang membentuk rasa memiliki, keintiman sosial, dan penguatan identitas kolektif.

Aspek afektif dalam kehadiran sosial ini menjadi kunci dalam menjelaskan mengapa pengguna tidak hanya terlibat secara kognitif, tetapi juga secara emosional terhadap konten dan komunitas daring yang mereka ikuti. Hal tersebut memungkinkan terjadinya pembentukan hubungan parasosial antara kreator konten dan audiens, yang pada gilirannya menciptakan ekosistem komunikasi yang bersifat timbal balik dan berkelanjutan. Hwang dan Lim (2015) menegaskan bahwa tingkat *social presence* yang tinggi dalam interaksi daring dapat menciptakan pengalaman sosial yang menyerupai interaksi tatap muka, sekaligus meningkatkan intensitas komitmen terhadap komunitas digital tertentu.

Dalam konteks media konvergen, kehadiran sosial juga memainkan peran penting dalam mendorong partisipasi

pengguna dalam produksi dan distribusi konten, yang tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga reflektif terhadap nilai dan norma sosial yang dianut oleh komunitas tersebut. YouTube, sebagai contoh, tidak hanya menjadi platform distribusi audiovisual, tetapi juga ruang sosial tempat pengguna membangun narasi bersama, mengonstruksi makna, dan mempraktikkan solidaritas digital. Fenomena ini mengindikasikan bahwa interaksi dalam media digital bukan sekadar peristiwa teknologis, melainkan proses sosial yang melibatkan afeksi, identitas, dan representasi simbolik.

Dengan demikian, konsep *social presence* berkontribusi secara substantif dalam menjelaskan dinamika interaksi pengguna dalam ruang media digital yang konvergen. Kehadiran sosial bukan hanya meningkatkan kualitas komunikasi daring, tetapi juga memperkuat dimensi komunitarian dan partisipatoris dalam ekosistem media kontemporer. Pemahaman ini menjadi relevan dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih empatik, inklusif, dan berorientasi pada penguatan relasi sosial dalam ruang publik daring.

c. Pendekatan *User Generated Content* sebagai Dasar Fenomena Partisipasi Digital

Fenomena partisipasi aktif pengguna dalam ekosistem media digital kontemporer menemukan pijakan teoretis yang kuat melalui pendekatan *User Generated Content* (UGC) sebagaimana dikemukakan oleh Boyd dan Ellison (2008). Pendekatan ini menyoroti pergeseran signifikan dalam struktur produksi dan distribusi informasi, dari model sentralistik yang dikendalikan oleh institusi media tradisional, menuju pola yang lebih terdesentralisasi dan terbuka. Dalam kerangka ini, setiap individu yang memiliki akses terhadap platform digital berpotensi menjadi produsen konten, dengan kemampuan untuk mempublikasikan, membagikan, dan mengonstruksi narasi publik secara mandiri.

Platform seperti YouTube merepresentasikan realisasi konkret dari prinsip UGC, di mana struktur teknologinya memungkinkan pengguna tidak hanya berinteraksi secara sosial, tetapi juga menghasilkan konten audiovisual dengan jangkauan luas. Boyd dan Ellison (2008) menekankan bahwa keberadaan konten yang diproduksi oleh pengguna turut membentuk dinamika sosial dan budaya di ruang digital,

karena proses produksi tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan melibatkan negosiasi identitas, norma komunitas, serta konteks sosial yang melatarbelakanginya. UGC dalam hal ini bukan hanya bentuk ekspresi individual, melainkan praktik kultural yang memperluas ranah partisipasi publik dalam diskursus media.

Implikasi dari pendekatan ini terlihat dalam pola konsumsi media yang tidak lagi linier, tetapi bersifat sirkular, kolaboratif, dan responsif. Pengguna berperan sebagai *prosumer*—penggabungan antara produsen dan konsumen—yang tidak sekadar menerima informasi, tetapi juga memodifikasi, mendaur ulang, dan menyebarkannya kembali sesuai dengan nilai dan kepentingan komunitasnya. Praktik ini memperkuat struktur jaringan komunikasi horizontal yang menjadi karakteristik utama media sosial dan platform digital interaktif. Boyd dan Ellison (2008) menggarisbawahi bahwa dinamika tersebut menghasilkan bentuk-bentuk baru interaksi sosial, representasi diri, dan hubungan kekuasaan dalam ruang publik digital.

Selain itu, UGC juga menciptakan struktur ekonomi dan simbolik baru dalam industri media. Kreator independen yang memanfaatkan platform seperti YouTube,

TikTok, dan Instagram memiliki peluang untuk mengkapitalisasi konten mereka melalui monetisasi, sponsor, dan kerja sama merek, sehingga posisi mereka dalam ekosistem media tidak lagi marginal. Model ini menantang struktur hierarkis media arus utama dan membuka ruang bagi munculnya aktor-aktor baru dalam industri kreatif digital. Namun demikian, dominasi algoritma dan kontrol platform tetap menjadi variabel yang membatasi otonomi penuh pengguna, sekaligus menciptakan ketimpangan baru dalam distribusi eksposur dan aksesibilitas.

Dengan demikian, pendekatan UGC memberikan kerangka yang komprehensif untuk memahami bagaimana produksi konten oleh pengguna membentuk dinamika baru dalam komunikasi digital. Fenomena ini tidak hanya mengubah relasi antara media dan masyarakat, tetapi juga memperluas kapasitas individu untuk berpartisipasi dalam konstruksi wacana publik secara aktif, reflektif, dan transformatif.

7. Konten Video Populer di YouTube Indonesia Tahun 2020–2025

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif - interpretatif untuk mengkaji dinamika konten video populer di YouTube

Indonesia dalam rentang waktu 2020 hingga 2025. Strategi metodologis ini dipilih untuk mengakomodasi kebutuhan eksploratif dalam memahami konstruksi sosial dan pola komunikasi yang terwujud dalam praktik produksi serta konsumsi konten digital oleh pengguna Indonesia. Analisis dilakukan dengan menekankan pembacaan interpretatif terhadap struktur naratif, representasi simbolik, dan intensitas interaksi dalam ranah sosial digital.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif terhadap sejumlah kanal YouTube Indonesia yang menampilkan video dengan capaian popularitas tinggi, dilihat dari indikator kuantitatif seperti jumlah penayangan, *engagement rate* (jumlah komentar, suka, dan berbagi), serta kontinuitas unggahan. Periode observasi mencakup lima tahun, dengan pemilihan konten dari tahun 2020 hingga pertengahan 2025, yang mencerminkan dinamika perubahan konsumsi media digital selama dan pasca pandemi COVID-19. Kanal yang diamati meliputi berbagai kategori, antara lain hiburan, opini publik, edukasi populer, dan gaya hidup.

Temuan utama menunjukkan adanya pergeseran signifikan dalam karakteristik

konten populer di Indonesia selama periode tersebut. Pada awal pandemi tahun 2020, konten dengan tema reflektif, edukatif, dan dukungan sosial memperoleh atensi tinggi, mencerminkan kebutuhan kolektif terhadap informasi yang kredibel dan pengalaman yang resonan secara emosional. Seiring waktu, tema hiburan, konten keseharian (vlog), serta opini personal kembali mendominasi lanskap YouTube Indonesia, dengan format yang semakin memanfaatkan elemen sinematik, personalisasi naratif, serta teknik storytelling visual yang adaptif terhadap algoritma platform.

Secara struktural, pola produksi konten mengalami konsistensi dalam mengintegrasikan interaksi langsung dengan audiens, melalui strategi seperti pemanfaatan fitur *live chat*, respons terhadap komentar, serta penyebutan langsung komunitas penonton dalam konten. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa keberhasilan konten tidak semata bergantung pada substansi materi, melainkan pada kapasitas kreator dalam membangun kedekatan sosial (*social presence*) dengan audiens, sebagaimana ditegaskan oleh Hwang dan Lim (2015). Model komunikasi yang terbentuk bersifat dialogis, dengan keterlibatan emosional dan kognitif audiens yang tinggi.

Dalam konteks interaksi sosial pengguna, kolom komentar pada konten populer menjadi ruang artikulasi kolektif yang sarat dengan ekspresi identitas, solidaritas, serta afiliasi terhadap nilai atau pandangan tertentu. Interaksi tersebut tidak terbatas pada tanggapan terhadap isi konten, melainkan berkembang menjadi diskursus mikro yang mencerminkan dinamika sosial yang lebih luas, termasuk isu kebangsaan, moralitas, dan orientasi politik. Fenomena ini memperlihatkan bahwa YouTube berfungsi tidak hanya sebagai saluran hiburan, tetapi juga sebagai arena kontestasi wacana publik yang terbuka dan partisipatif.

Dengan demikian, observasi terhadap konten video populer di YouTube Indonesia pada periode 2020–2025 menegaskan bahwa praktik produksi dan konsumsi konten digital tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial, kultural, dan politik yang melingkupinya. Temuan ini memperkuat argumen bahwa media digital dalam era konvergensi bukan sekadar instrumen komunikasi, melainkan ruang sosial yang aktif membentuk struktur makna, identitas, dan relasi kekuasaan di tengah masyarakat yang semakin terdigitalisasi.

8. Pola Produksi Konten dan Interaksi Sosial Pengguna YouTube

Hasil observasi terhadap kanal-kanal YouTube populer di Indonesia selama periode 2020–2025 menunjukkan pola produksi konten yang semakin mengarah pada personalisasi naratif, penguatan identitas kreator, serta integrasi interaktivitas yang tinggi terhadap komunitas penonton. Pola ini didukung oleh pemanfaatan format visual yang adaptif terhadap algoritma distribusi platform, seperti penggunaan *thumbnail* atraktif, durasi video yang disesuaikan dengan tren konsumsi, serta penyusunan alur narasi yang mengikuti skema dramatik untuk mempertahankan *retention rate* pengguna.

Produksi konten tidak lagi berfokus pada penyampaian informasi secara linier, melainkan mengutamakan pendekatan yang bersifat relasional dan afektif. Kreator secara aktif melibatkan penonton dalam proses kreatif melalui berbagai mekanisme seperti *community polls*, permintaan masukan dalam kolom komentar, serta penyisipan narasi interaktif yang memposisikan audiens sebagai bagian integral dari keberlangsungan kanal. Strategi ini mencerminkan penerapan pendekatan *user generated culture*, di mana

relasi antara kreator dan pengguna tidak bersifat hierarkis, tetapi berbasis interdependensi dan keterlibatan timbal balik (Boyd & Ellison, 2008).

Dari sisi interaksi sosial, ditemukan bahwa ruang komentar tidak hanya menjadi saluran tanggapan terhadap isi konten, tetapi juga berfungsi sebagai arena diskursif yang memungkinkan pengguna untuk mengartikulasikan identitas, membangun solidaritas simbolik, serta memperkuat kohesi sosial dalam komunitas daring. Komentar-komentar yang muncul sering kali mencerminkan bentuk ekspresi emosional kolektif, baik berupa apresiasi, kritik, maupun penguatan terhadap narasi yang dibawakan oleh kreator. Dalam konteks ini, *social presence* audiens terlihat sangat dominan, sebagaimana ditegaskan oleh Hwang dan Lim (2015), bahwa kehadiran sosial dalam interaksi media digital memperkuat intensitas keterikatan pengguna terhadap kanal dan komunitasnya.

Kreator konten dengan tingkat keberhasilan tinggi umumnya menunjukkan konsistensi dalam membangun hubungan sosial yang autentik dengan audiens. Relasi ini dibangun melalui penyampaian narasi personal yang dikemas secara publik, sehingga menciptakan jembatan antara

kehidupan privat dan ruang digital yang bersifat kolektif. Dengan demikian, produksi konten di YouTube tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis dan estetis, tetapi juga oleh kemampuan kreator dalam mengonstruksi ruang sosial yang inklusif dan berorientasi pada partisipasi audiens.

Fenomena ini menunjukkan bahwa platform YouTube telah bertransformasi menjadi medium penyiaran yang berkarakter interaktif dan dialogis. Struktur konten yang terdesentralisasi dan partisipatif memungkinkan terciptanya relasi sosial yang kompleks dan cair antara kreator dan pengguna. Oleh karena itu, pemahaman terhadap pola produksi dan interaksi sosial dalam ekosistem YouTube tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya digital yang menekankan pada keterhubungan, partisipasi kolektif, dan pembentukan identitas melalui praktik komunikasi daring yang reflektif dan simbolik

Kesimpulan dan Saran

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konvergensi media yang terejawantah dalam praktik produksi dan konsumsi konten di YouTube Indonesia telah menciptakan lanskap komunikasi baru yang bersifat partisipatif, interaktif, dan desentralistik.

Pola produksi konten mengalami pergeseran dari struktur hierarkis dan institusional menuju model kreatif yang berorientasi pada personalisasi, keterlibatan audiens, dan adaptasi terhadap algoritma distribusi platform. Interaksi sosial yang terbentuk dalam ruang digital tidak lagi bersifat satu arah, melainkan menghadirkan relasi sosial yang dialogis, afektif, dan berbasis komunitas, sebagaimana tercermin dalam tingginya intensitas *social presence* pengguna (Hwang & Lim, 2015) serta peran dominan *user generated content* dalam proses konstruksi makna (Boyd & Ellison, 2008).

Proses konvergensi ini tidak hanya mengubah dimensi teknologis dan estetis media, tetapi juga berdampak pada struktur sosial dan budaya masyarakat digital. YouTube, dalam konteks ini, telah melampaui fungsinya sebagai saluran distribusi audiovisual, dan menjelma menjadi ruang publik digital yang memungkinkan terjadinya negosiasi identitas, representasi simbolik, dan pertukaran wacana secara kolektif. Perubahan ini mengindikasikan terjadinya transformasi mendalam dalam pola relasi antara produsen konten, pengguna, serta institusi media itu sendiri, sebagaimana telah dikemukakan oleh Jenkins

(2004) dalam kerangka teori konvergensi media.

Implikasi dari temuan ini terhadap kebijakan media sangat signifikan. Absennya regulasi yang secara khusus mengatur konten digital berbasis partisipasi pengguna menjadi tantangan utama dalam mengawal kualitas dan etika komunikasi publik di era digital. Negara perlu mengembangkan kerangka regulatif yang tidak hanya bersifat represif, tetapi juga responsif terhadap dinamika partisipatif, serta memperkuat aspek literasi digital yang kontekstual dengan nilai sosial-budaya masyarakat Indonesia (Nugroho, Siregar, & Laksmi, 2012). Pembentukan badan pengawas konten digital independen dengan legitimasi etis dan kultural menjadi urgensi yang tidak terhindarkan untuk menjaga ruang digital tetap demokratis, inklusif, dan bertanggung jawab.

Bagi masyarakat, hasil penelitian ini menegaskan perlunya peningkatan kapasitas literasi digital yang tidak hanya teknis, tetapi juga kritis, reflektif, dan etis. Partisipasi dalam produksi dan penyebaran konten harus disertai dengan kesadaran akan konsekuensi sosial dan simbolik dari praktik komunikasi digital. Hal ini menjadi prasyarat bagi terbentuknya ekosistem media yang sehat

dan bermakna dalam konteks masyarakat yang semakin terdigitalisasi.

Bagi pelaku industri, dinamika ini membuka peluang sekaligus tantangan. Adaptasi terhadap pola interaksi pengguna, pemahaman terhadap algoritma platform, serta kemampuan membangun relasi emosional dengan audiens merupakan kunci keberhasilan dalam ekosistem media baru. Namun, keberhasilan ini juga menuntut tanggung jawab etik untuk menjaga kualitas narasi publik serta menghindari eksploitasi algoritmik yang berpotensi memperkuat disinformasi atau polarisasi sosial.

Dengan demikian, konvergensi media tidak hanya merepresentasikan perubahan dalam teknologi komunikasi, tetapi juga menandai pergeseran mendasar dalam tata kelola makna, partisipasi sosial, dan struktur kekuasaan dalam ruang media kontemporer. Pengelolaan fenomena ini membutuhkan sinergi antara kebijakan publik, kapasitas kultural masyarakat, dan etika industri agar transformasi digital dapat diarahkan pada penguatan demokrasi, keadilan informasi, dan kohesi sosial.

Daftar Pustaka

- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2nd ed.). Polity Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Huang, E., Davison, K., Shreve, S., Davis, T., Bettendorf, E., & Nair, A. (2006). Facing the challenges of convergence: Media professionals' concerns of working across media platforms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(1), 83–98. <https://doi.org/10.1177/1354856506061557>
- Hwang, Y., & Lim, H. (2015). The impact of engagement motives for social TV on social presence and sports channel commitment. *Telematics and Informatics*, 32(4), 755–765. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.03.006>
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33–43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Lim, M. (2020). *Digital media and democracy in Indonesia: A decade of decline?* ISEAS Publishing.
- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13–46. <https://doi.org/10.2501/IJA-30-1-013-046>
- Nielsen. (2021). *Indonesia Consumer & Media View 2021 Report*. Nielsen Indonesia.
- Nugroho, Y., Siregar, M. F., & Laksmi, S. (2012). *Mapping the landscape of the media industry in contemporary Indonesia*. Centre for Innovation Policy and Governance & HIVOS.
- Ritzer, G., Dean, P., & Jurgenson, N. (2012). The coming of age of the prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 379–398. <https://doi.org/10.1177/0002764211429368>
- Siregar, M. F. (2017). Literasi digital dan tantangan identitas budaya Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(2), 145–158. <https://doi.org/10.24198/jki.v5i2.145>
- Sumartias, S., & Hafizni, N. (2018). Konvergensi media penyiaran digital dan media sosial: Studi kasus program televisi Indonesia Lawyers Club di TV

One dan kanal YouTube. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 47–60.
<https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1543>

We Are Social & Hootsuite. (2023).
Digital 2023: Indonesia.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>