

**Studi Etnografi Virtual Kritik Sosial Dalam Konten Kanal YouTube Tekotok Terkait Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak di Indonesia**

**Muhammad Yassar Basli<sup>1)</sup>, Zainal Abidin Achmad<sup>2)</sup>**

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas

Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia<sup>1) 2)</sup>

basliyasar@gmail.com

**ABSTRACT**

*This research is entitled "Virtual Ethnographic Study of Social Criticism in the Content of the Tekotok YouTube Channel Regarding the Rise in Indonesian Fuel Prices", which was conducted using qualitative research methods, and the data collected is primary data. The research method used is the virtual ethnographic method used to explore and analyze the virtual culture of social media users with a critical perspective. The results of the study found that the delivery of social criticism through YouTube animated content about rising fuel prices was carried out by using animation as a character that tells the criticism of the video maker, then the storyline is easily understood by the audience, the video content is made in a comedic or joking manner, and the language used can be understood by the audience.*

**Keywords:** *Virtual ethnographic, social criticism, social issues, video, YouTube, fuel oil*

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul "Studi Etnografi Virtual Kritik Sosial Dalam Konten Kanal YouTube Tekotok Terkait Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak Di Indonesia", yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dan data yang dikumpulkan merupakan data primer. Metode penelitian yang digunakan adalah metode etnografi virtual digunakan untuk melakukan eksplorasi dan analisis budaya virtual pengguna media sosial dengan sudut pandang yang kritis. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa penyampaian kritik sosial melalui konten animasi YouTube Tekotok tentang kenaikan harga bahan bakar minyak, dilakukan dengan menggunakan animasi sebagai tokoh yang menceritakan kritikan pembuat video, kemudian alur cerita mudah dipahami oleh penonton, konten video dibuat dengan cara komedi atau candaan, dan bahasa yang digunakan dapat dimengerti oleh penonton.

**Kata Kunci:** Etnografi virtual, kritik sosial, isu sosial, video, YouTube, bahan bakar minyak

**PENDAHULUAN**

Kritik sosial merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memiliki fungsi dan tujuan sebagai kontrol terhadap suatu sistem sosial dalam bermasyarakat yang disampaikan melalui komunikasi antar personal, pesan dalam karya seni, komunikasi publik, dan media massa (Abar, 1997). Selain itu, kritik sosial berguna

sebagai upaya mencegah terjadinya tindakan sosial yang menyimpang dari tatanan sosial dan moral dalam bermasyarakat (Putri et al., 2022). Kritik sosial adalah gambaran, kecaman, tanggapan dan penilaian terhadap persoalan mencakup masalah manusia dengan lingkungan manusia yang melibatkan manusia sebagai suatu individu, manusia dengan kelompok sosial, manusia dengan kelompok penguasa dan manusia dengan institusi-institusi di tengah-tengah masyarakat (Mitang, 2020).

Kehadiran media sosial memberi ruang yang luas bagi masyarakat untuk berkreasi dalam mempresentasikan diri. Salah satunya yakni dengan menyampaikan kritik melalui postingan, yang di dalamnya terdapat kata-kata beserta kombinasi foto, audio atau video (Luik, 2012). Sebelum adanya media sosial, masyarakat biasa cenderung cukup sulit mendapat 'panggung' untuk mengutarakan kritik atau opini mereka secara langsung dalam media massa besar atau ternama. Karena itu, mereka harus membuat media mereka sendiri, yang nantinya menjadi sarana untuk mengutarakan kritik sosial sesuai dengan opini pribadinya. Berbagai akademisi komunikasi berpendapat bahwasanya media sosial muncul sebagai *platform* alternatif komunikasi publik untuk mengutarakan kritik sosial (Poell & Borra, 2011).

Media sosial merupakan suatu media atau wadah untuk melakukan kegiatan sosial secara digital. Perkembangan media yang pesat membuat penyampaian pesan kepada khalayak menjadi mudah, dan cepat (Oktaviana et al., 2021). Sejak adanya media sosial, seluruh pengguna dapat menyampaikan pesan kepada khalayak dengan maksud dan tujuan tertentu (Safko, 2010). Salah satu media sosial yang populer adalah YouTube dengan menawarkan ruang bebas untuk berkreasi mengekspresikan diri melalui postingan video (Paramesti et al., 2021). Sebagaimana data yang diterbitkan oleh We Are Social and Hootsuite, total pengguna YouTube di Indonesia sebanyak 107 juta pada tahun 2021, atau sebanyak 93,8% dari total orang yang menggunakan platform media sosial (Kemp, 2011).

YouTube ialah platform *video sharing* dari Google yang memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk mengunggah video dari seluruh dunia secara gratis (Nanuru, 2017). Berdasarkan definisi tersebut siapa pun bisa membuat pesan dan mengemasnya menjadi konten video dengan maksud dan tujuan tertentu kepada khalayak umum. YouTube muncul sebagai media yang mampu menyalurkan berbagai informasi maupun ekspresi yang ingin disebarluaskan oleh penggunanya, baik itu perasaan psikologis seperti kejujuran hingga amarah atas sebuah fenomena tertentu (Putri et al., 2022).

Salah satu kanal YouTube yang memberikan sajian video animasi dengan konteks kritik sosial dengan penyampaian komedi adalah Tekotok (<https://www.YouTube.com/@Tekotok/videos>). Melalui kanal YouTubanya, Tekotok memberikan konten animasi komedi dengan alur cerita singkat berisikan kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan dunia nyata, namun juga tak lupa menyelipkan kritik sosial dengan penyampaian komedi terhadap apa yang terjadi di kehidupan nyata. *Content creator* Tekotok menggunakan desain karakter yang sederhana berbentuk oval dengan aksen tambahan wajah, tangan, kaki dan buntut kecil saja yang dimana hal tersebut membuat penontonnya terhibur secara visual.

Selain itu, dalam konten Tekotok menggunakan bahasa sehari-hari seperti bahasa gaul atau kekinian. Meskipun terselip beberapa bahasa sarkas bahkan kotor (dengan sensor) terbalut dengan lelucon yang membuat penonton terhibur secara verbal (Pranita et al., 2022). Konten-konten video pada laman YouTube Tekotok ini terbilang cukup bervariasi mulai dari kritik sosial, politik sampai dengan ekonomi. Beto dan Bilal telah mendirikan kanal YouTube Tekotok, ini sejak awal Desember 2020 dan berhasil meraih sebanyak dua juta lebih akun pengikut. Sedangkan untuk keseluruhan konten video dalam kanal YouTubenya, telah mencapai sebanyak enam ratus empat puluh enam juta (646.000.000) penonton (Hidayati, 2022).

Salah satu konten Tekotok yang menarik perhatian peneliti adalah konten yang mengkritisi pemotongan subsidi untuk Bahan Bakar Minyak (BBM) di Indonesia. Tepatnya pada 3 September 2022, pemerintah Indonesia secara resmi menaikkan harga BBM subsidi dan non-subsidi di seluruh wilayah Indonesia. Pengambilan keputusan ini terjadi lantaran harga minyak mentah dunia dan *Indonesian Crude Price* (ICP) mengalami kenaikan (Wibawa, 2022). Akan tetapi, keputusan ini justru mulai berlaku tepat pada saat masyarakat baru saja menuju babak akhir pandemi COVID-19, ketika perekonomian masyarakat masih belum stabil. Kebijakan tersebut sontak saja menuai banyak penolakan, terutama dari kalangan masyarakat menengah ke bawah. Terlebih, mengingat bahwasanya BBM merupakan kebutuhan masyarakat yang sangat penting untuk mobilitas sehari-hari, entah itu untuk kepentingan individu ataupun kelompok.

Selain itu, kenaikan harga BBM juga berpotensi membuka kemungkinan kenaikan harga kebutuhan pokok lainnya. Oleh karena itu, kenaikan harga BBM dapat dikatakan sangat berdampak pada kehidupan bermasyarakat. Kondisi ini pun diperparah dengan pemerintah yang dinilai tidak mendengarkan suara rakyat, sesuai dengan pernyataan Anggota Komisi VII Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), Diah Nurwitasari, yang menyampaikan bahwasanya pemerintah tidak mendengarkan suara masyarakat dan cenderung tidak memedulikan kondisi rakyat Indonesia pasca keputusan kenaikan BBM resmi diberlakukan. Beliau menyebutkan bahwa hal tersebut tidak sesuai dengan jargon pemerintah yakni "Pulih Lebih Cepat dan Bangkit Lebih Kuat" (Komisi VII, 2022).

Ketika suara masyarakat tidak terdengar sampai ke telinga pemerintah, maka penggunaan media pribadi muncul sebagai alternatif untuk mengemukakan kritik terhadap pemerintah. Tindakan inilah yang kemudian diambil oleh kanal YouTube Tekotok milik Beto dan Bilal tersebut. Tekotok dapat terbilang memiliki keberanian untuk menyampaikan keresahannya, khususnya terkait kenaikan harga BBM, melalui kritikan dalam bentuk video animasi yang sesuai dengan kondisi yang dialami masyarakat Indonesia. Sebagai upaya untuk mempermudah pemahaman penonton dalam kanal YouTube-nya, Tekotok pun mengemas peristiwa yang terjadi pasca pemerintah mengesahkan keputusan kenaikan BBM serentak secara singkat namun tetap berkesan. Video tersebut termuat dalam kanal YouTube Tekotok dengan judul "Alien Gak Mo ke Bumi" dan "Kumpulan Jokes Lucu 2022 ft. Tono @SANTOONTV"

Kanal YouTube Tekotok menurut peneliti berhasil menyampaikan kritik pedas namun lucu. Perpaduan kritik pedas dengan kemasan kelucuan ini, selain

menghibur dapat juga mengedukasi banyak penontonnya. Hal tersebut yang menarik minat peneliti untuk mengamati konten video animasi Tekotok yang mengkritisi fenomena kenaikan BBM tersebut. Terlebih lagi, konten kritik sosial yang ditampilkan oleh Tekotok dikemas dengan menggunakan kreasi animasi dua dimensi, sehingga memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan konten lainnya yang juga memuat kritik sosial di YouTube seperti konten *Stand Up Comedy* (Putri et al., 2022), dan konten Somasi oleh Deddy Corbuzier.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai suatu metode penelitian yang fokus pada pengamatan terhadap fenomena dan gejala yang terjadi secara alami (Denzin & Lincoln, 2005). Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami dan menjelaskan fenomena yang terjadi di alam, dengan menggunakan pendekatan yang tidak mengurangi kerumitan dan keunikan dari fenomena tersebut. Penelitian kualitatif sering kali dilakukan dalam bentuk wawancara, observasi, dan analisis dokumen atau rekaman, dengan tujuan untuk mengumpulkan data dan informasi yang mendalam tentang suatu fenomena yang sedang diteliti (Nugrahani & Hum, 2014). Dalam rangka mencapai tujuan penelitian kualitatif, diperlukan beberapa tahapan dan proses seperti pengumpulan data, identifikasi masalah, *review* kepustakaan, serta pemilihan dan analisis fenomena yang akan diteliti. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan etnografi virtual. Metode etnografi virtual digunakan untuk melakukan eksplorasi dan analisis budaya virtual pengguna media sosial dengan sudut pandang yang kritis (Hine, 2000). Metode etnografi virtual bertujuan untuk menjelaskan dan menelusuri fenomena serta aktivitas pengguna media sosial dengan cara yang mendalam. Penelitian ini dilakukan bermaksud untuk menjelaskan dan menjabarkan isi konten video terkait kritik sosial serta respons dan diskusi yang terjadi di komunitas pada kanal YouTube Tekotok dengan judul "Alien Gak Mo ke Bumi" dan "Kumpulan Jokes Lucu 2022 ft. Tono @SANTOONTV".

Etnografi virtual merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengungkap realitas atau fenomena pengguna internet. Cristine Hine memperkenalkan etnografi virtual sebagai sebuah metode yang menggabungkan unsur-unsur dari etnografi tradisional dan etnografi internet (Achmad & Ida, 2018). Etnografi virtual merupakan sebuah metode yang komprehensif yang dapat mengeksplorasi dan mendeskripsikan segala interaksi di dunia virtual yang didasarkan pada terjadinya aktivitas terkait suatu keadaan dari waktu ke waktu serta keterlibatannya di media sosial (Hine, 2000). Etnografi virtual memiliki sepuluh prinsip dasar (Hine, 2000), yaitu: (1) kehadiran peneliti yang konsisten di dunia virtual; (2) interaksi berlangsung di dunia maya melalui jaringan Internet; (3) interaksi evolusioner; (4) fokus ditempatkan pada hubungan antara pengguna; (5) membatasi hubungan antara interaksi di dunia virtual dan kenyataan; (6) hanya dapat memperoleh pemahaman situasional; (7) hanya bisa memberikan gambaran sebagian dari fenomena; (8) terlibat secara aktif dalam interaksi di dunia virtual; (9)

peneliti dan informan harus hadir di lapangan virtual; (10) etnografi virtual tidak dapat sepenuhnya memenuhi prinsip-prinsip atau aturan-aturan yang ada dalam etnografi tradisional, tetapi mampu untuk mengeksplorasi komunikasi dalam dunia virtual.

Penelusuran virtual adalah suatu teknik pengumpulan data yang menggunakan teknologi untuk memudahkan dalam memperoleh informasi melalui mesin pencari di internet. Penelusuran virtual meliputi pengamatan terhadap fenomena, perilaku, dan diskusi yang terjadi secara *online*. Penelusuran dalam etnografi virtual menjadi alat utama untuk memahami bagaimana proses, interaksi, komunikasi, informasi, individu, dan artefak budaya muncul dalam komunitas virtual (Handini, 2018). Untuk memperoleh data dari informan, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah suatu bentuk percakapan yang dilakukan antara peneliti dan informan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan terkait dengan topik penelitian (Agusta, 2003). Tujuan dari melakukan wawancara adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai individu, peristiwa, organisasi, motivasi, kebutuhan, perasaan, dan aspek-aspek lainnya yang relevan dengan subjek penelitian (Sapoetri & Pannindriya, 2019).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penyampaian Kritik Sosial**

Bagian ini menjabarkan mengenai cara dari pembuat animasi dalam menceritakan isu yang ada di masyarakat melalui karyanya yang dipublikasinya di kanal YouTube dari Tekotok, data ini penting karena akan berguna untuk mengetahui cara penyampaian yang digunakan dapat diterima oleh penonton, atau justru tidak dikehendaki oleh penonton.

*“Penyampaiannya dibalut dengan jokes sudah bagus sih, jadi tidak melulu yang ditonton berita formal.”* (Wawancara Arsando, 10 Juli 2023)

*“Penyampaiannya lewat satir sih kak, semua jokes nya berkesan, jadi penyampaiannya halus, dan kritiknya cukup jelas.”* (Wawancara Yanuar, 10 Juli 2023)

*“Penyampaiannya menurutku kritiknya itu sebagai bercandaan jadi jatuhnya sarkas, jadi itu yang bahan lucunya itu konten Tekotok.”* (Wawancara Yasirah, 10 Juli 2023)

Pada temuan penelitian ini, peneliti ingin menjelaskan, bahwa data ini berhubungan dengan isi konten yang ada dalam persepsi atau penilaian penonton, sehingga peneliti ingin mengetahui secara isi konten yang telah penonton lihat, isi tersebut berhubungan dengan informasi yang disampaikan oleh video dari Tekotok dapat diterima atau dipahami oleh penonton, atau justru sebagai kebalikannya. Dalam temuan penelitian yang didapatkan oleh peneliti, mayoritas dari narasumber menyatakan bahwa isi konten berupa sindiran terhadap pihak yang memiliki peran penting dalam isu yang sedang dibahas melalui video, hal ini sangat mudah disadari oleh penonton, karena sejak awal penonton menyampaikan bahwa konten Tekotok berhubungan dengan sindiran yang terlihat jelas. Dengan sindiran tersebut, maka

konten Tekotok memiliki ide gagasan yang menampilkan keragaman unsur, dimulai dari isi konten berupa sindiran, kemudian adanya aspek humor yang menjadi pembawaan karakter di dalam videonya, dan tokoh yang menjadi pemeran dalam semua videonya sebagai animasi, sehingga konten ini bisa diterima oleh banyak kalangan.

Hasil dari pengumpulan data menunjukkan penyampaian isi konten dengan cara komedi atau humor, namun bukan hanya sekedar candaan saja akan tetapi mengandung unsur sindiran, sehingga secara singkat disampaikan dalam bentuk komedi yang menyindir suatu pihak sebagai tanggapan terhadap isu sosial yang muncul di masyarakat. Hal ini didukung dengan kontennya disampaikan dengan fakta yang memang ada di masyarakat, sehingga penonton menganggap alur cerita atau isi konten yang dibawakan masuk akal karena sesuai dengan situasi yang terjadi di masyarakat saat ini. Cara penyampaiannya dilakukan dengan menggunakan animasi sebagai tokoh yang membawakan alur dari cerita yang ada di konten Tekotok, tokohnya dalam bentuk animasi, sehingga penonton memiliki kesan yang baik, karena dengan animasi yang khas dibuat oleh pembuat video membuat penonton lebih mudah untuk mengingat Tekotok, serta alur dari cerita yang dibawakannya. Selain itu alur ceritanya melalui penjelasan dari narasumber juga mudah untuk dipahami, karena penonton dapat memahami dengan baik, mengenai topik yang sedang dibahas, sindiran yang ada di dalamnya, serta permasalahan serta dampak dari permasalahan yang timbul di masyarakat.

Dalam analisis yang peneliti lakukan mengkajinya dalam berbagai teori yang dimiliki oleh para ahli, tujuannya adalah supaya ketika temuan di atas disampaikan maka temuan tersebut sudah sesuai dengan teori yang ada, atau justru sebagai temuan baru. Selain itu bila mana temuannya sudah sesuai dengan teori yang ada, maka akan menjadi tambahan wawasan atau ilmu pengetahuan yang sudah ada saat ini. Oleh karenanya peran dari teori sebagai alat analisis yang dimiliki oleh para ahli, dalam mengetahui aspek detail dari temuan yang ada, dan untuk mengetahui kesesuaian atau justru ditemukannya adanya perbedaan dengan teori yang ada saat ini. Menurut Mahfud bahwa kritik sosial adalah penilaian atau pengkajian keadaan masyarakat pada suatu saat, dalam temuan data yang dimiliki oleh peneliti (David et al., 2017), jika mengkaji dalam teori ini maka konten yang dipublikasikan oleh Tekotok melakukan penilaian terhadap situasi yang terjadi, termasuk menilai mengenai kenaikan harga BBM yang menjadi masalah bagi masyarakat, terutama di saat BBM mengalami kenaikan akan memberikan dampak kepada biaya transportasi dan biaya pada aspek ekonomi. Sehingga secara teori jika dikaji konten dari Tekotok sudah sesuai dengan definisi kritik sosial, dan jika ditelusuri lebih dalam maka tujuan kritik sosial yang disampaikan adalah untuk menyampaikan mengenai keadaan masyarakat pada suatu saat.

Sehingga secara penyampaiannya di dalam konten video dari Tekotok, jika memakai teori di atas, maka keterangan narasumber sudah sesuai dengan teori yang ada, yang mana keterangan narasumber dan pertanyaan penelitian sudah sesuai, karena isi dari konten video memang memiliki unsur kritikan sosial yang muncul karenanya adanya permasalahan yang muncul di masyarakat. Menurut Mulyono kritik sosial memiliki beberapa bentuk secara langsung atau tidak langsung.

Beberapa bentuk kritikan langsung yaitu dapat berupa aksi sosial, aksi unjuk rasa, dan demonstrasi. Selain itu bentuk kritikan secara tidak langsung antara lain kritik melalui lagu, kritik melalui puisi, kritik melalui film, aksi teatral dan lain sebagainya (Mulyaningsih, 2017). Dalam video yang dipublikasikan oleh Tekotok bahwa kritikan yang disampaikan merupakan salah satu jenis kritikan tidak langsung, karena kritikan disampaikan melalui video yang dibuat dan ditayangkan di YouTube. Sehingga melalui teori ini, maka peneliti menemukan detail yang lebih mendalam berhubungan dengan konten dari Tekotok yang dibahas pada penelitian ini. Teori di atas memiliki kaitan dengan keterkaitan konten dengan permasalahan yang terjadi di masyarakat, dari data yang dimiliki oleh peneliti yang didapatkan melalui proses pengumpulan data dengan wawancara, ditemukan bahwa hasilnya narasumber mayoritas mengatakan bahwa konten yang dipublikasikan oleh Tekotok memiliki relevansi dengan permasalahan yang terjadi di masyarakat. Secara penyampaian, konten Tekotok menyampaikan kritik sosial yang sesuai dengan fakta yang terjadi di masyarakat.

## Dampak Kritik Sosial

Bagian ini menjelaskan dampak secara sosial yang diberikan oleh konten yang dibuat oleh Tekotok terhadap kehidupan bermasyarakat dari penonton, sehingga dari data ini akan membuat peneliti tahu mengenai konten Tekotok dalam mempengaruhi kehidupan sosial dari penontonnya.

*"Menurut saya kedua konten yang ditanyakan tidak ada dampak sosial yang berarti."* (Wawancara Zaza, 10 Juli 2023)

*"Dampak sosialnya menurutku tidak ada ya, karena kontennya bersifat relate, hanya saja bikin masyarakat buat lebih jangan berharap ke pemerintah untuk lebih fokus ke mengatur keuangan saja."* (Wawancara Yanuar, 10 Juli 2023)

*"Kalau saya pribadi tidak tahu kak, sejauh ini lihat dari komentar nya itu gak berdampak apa-apa ya, karena ini kan hanya penyampaian kritik saja."* (Wawancara Yasirah, 10 Juli 2023)

Bagian ini menjadi pertanyaan bagi peneliti, karena dengan adanya konten yang berhubungan dengan ide untuk menjadikan isu sosial sebagai alur dari cerita bisa mempengaruhi masyarakat sehingga mempengaruhi pola pikir atau perilaku dalam kehidupan sehari-hari, atau justru tidak ada dampak sosial yang terjadi dengan adanya konten ini. Pertanyaan yang diajukan peneliti ini, memiliki hubungan dengan rumusan masalah yang ada, karena dengan diketahui cara penyampaian kritik dari isu sosial yang ada di masyarakat, kemudian dari kritik tersebut akan berkembang atau memberikan pengaruh atau tidak kepada masyarakat yang menonton, karena konten yang dipublikasikan memiliki alur cerita yang berhubungan dengan kehidupan di masyarakat.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa mayoritas narasumber menjawab bahwa tidak adanya dampak yang ditimbulkan setelah menonton konten tersebut, terutama dalam kehidupan sosial untuk penonton di masyarakat. Oleh karenanya, maka konten yang ada memiliki aspek hiburan, dan penonton memandangnya sebagai konten yang menyenangkan untuk ditonton, namun bukan konten yang akan memotivasi untuk melakukan suatu tindakan atau mengubah pola pikir yang

ada di masyarakat. Data ini memiliki nilai dan peran penting dalam menjawab pertanyaan penelitian, informasi dari pengumpulan data ini akan menjadi pembahasan secara rinci dari jawaban untuk rumusan masalah yang sudah dibuat di dalam penelitian ini.

Menurut Mulyono bahwa berbagai bentuk kritik sosial memiliki pengaruh dan dampak sosial yang penting di dalam kehidupan masyarakat (Mulyaningsih, 2017). Dari teori ini, maka seharusnya dari kritik sosial yang disampaikan Tekotok melalui video yang diunggahnya di *platform* YouTube, maka fakta yang ditemukan memiliki perbedaan dengan teori yang ada, karena temuan penelitian tidak menunjukkan adanya dampak yang diberikan konten tersebut kepada kehidupan bermasyarakat dari penonton baik dari tindakan, sikap, maupun pola pikir.

### **Efektivitas Kritik Sosial**

Pada bagian ini akan menjabarkan mengenai data penelitian yang ditemukan selama penelitian berlangsung, data yang dimaksud berhubungan dengan isi konten yang memiliki kritikan terhadap isu yang terjadi, dari data tersebut maka peneliti ingin mengetahui pendapat narasumber, mengenai cara atau isi konten tersebut sudah tepat untuk dipergunakan dalam melakukan kritikan atau justru kebalikannya.

*"Yapp, menurutku konten tersebut sangat efektif sih kak."* (Wawancara Zaza, 10 Juli 2023)

*"Sangat efektif, karena selain menjadi puncak clip nya, bagi saya pribadi yang paling berasa ya kenaikan BBM tahun lalu."* (Wawancara Arsando, 10 Juli 2023)

*"Efektif ya, kayaknya sekarang lagi musim jokes satir, jadi pasti relate."* (Wawancara Luqman, 10 Juli 2023)

*"Menurut saya efektif karena penyampaiannya dibalut jokes jadi mudah untuk diterima."* (Wawancara Yanuar, 10 Juli 2023)

Pada hasil wawancara yang ditemukan oleh peneliti di atas, maka peneliti menemukan kesamaan data yang diberikan oleh narasumber, yang mana dari kelima narasumber yang ada, ke semuanya menjawab bahwa penyampaian kritik melalui video yang dibuat oleh Tekotok dianggap sebagai cara yang efektif. Narasumber memiliki penilaian masing-masing terkait dengan penjelasan dari jawaban yang disampainya, akan tetapi hal yang paling mendasar adalah video yang berisikan kritikan, memiliki aspek humor, dan humor yang disampaikan memiliki kaitan dengan fakta atau kenyataan yang terjadi di dunia nyata.

Oleh karena itu, penonton menganggap bahwa video yang dilihatnya, merupakan hal yang berhubungan dengan diri penonton, karena penonton menilai bahwa isu yang dibahas, memiliki dampak dalam kehidupannya. Dalam hal ini bisa dicontohkan adalah kenaikan BBM, yang mana penonton merasakan dan mengetahui bahwa kenaikan yang terjadi, sebagai hal yang mempengaruhi pandangannya kepada pemerintah, dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari, maka pandangan penonton berhubungan dengan isu-isu yang memang biasa untuk di bahas di dalam kehidupan sosial secara bermasyarakat, namun menjadi lebih menariknya dari isu sosial kemudian dijadikan sebagai video yang menghibur bagi penonton.



Maka hal penting yang menjadi penilaian atas video yang dianggap efektif oleh penonton sebagai wadah untuk penyampaian kritik atas peristiwa yang terjadi, karena video memiliki ide pokok atau gagasan yang berhubungan langsung dengan isu yang ada di masyarakat. Kemudian isu yang bisa disampaikan dengan pembahasan serius, namun dimodifikasi dengan dibahas melalui candaan atau humor.

Menurut Nisak dan Anggraini bahwa dikatakan efektif bila kegiatan tersebut dilaksanakan dengan benar dan memberikan hasil yang bermanfaat, efektivitas menjadi unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan (Darmawati, 2022). Berdasarkan kepada data penelitian yang didapatkan oleh peneliti, maka peneliti menemukan kesamaan data dari narasumber yang mana memiliki jawaban yang menjelaskan bahwa konten Tekotok dinilai memiliki efektivitas dalam menyampaikan kritik sosial melalui video yang dibuatnya, dikarenakan video yang dibuat dikemas atau dibuat dengan alur cerita yang memiliki unsur komedi.

Sehingga penonton menjelaskan bahwa mereka merasa terhibur dengan hasil video yang dibuat oleh Tekotok, dengan ini maka mereka bisa menikmati video dengan memahami isi atau maksud dari video yang dibuat oleh Tekotok. Jika mengaitkan dengan penjelasan dari teori yang ada di atas, maka video yang dibuat oleh Tekotok memiliki efektivitas, karena secara makna atau pesan dari video dapat tersampaikan dengan baik, yang ditunjukkan dengan ukuran bahwa narasumber merasa paham dengan alur cerita yang ada di dalam cerita di video Tekotok.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penyampaian kritik sosial melalui video yang dipublikasikan ke YouTube dengan nama Tekotok dilakukan dengan menyampaikan kritiknya dalam bentuk komedi, atau candaan. Selain itu alur cerita disampaikan dengan sangat baik karena penonton mampu memahami maksud atau isi dari alur cerita yang dari konten video Tekotok, dan penyampaian ceritanya disampaikan secara masuk akal yang disebabkan bahwa ceritanya atas dasar isu sosial yang nyata dibahas oleh masyarakat. Kemudian penyampaian kritik sosial memakai tokoh yang bukan manusia, dan itu adalah animasi, sehingga penonton lebih nyaman dan santai dalam menonton video yang dibuat oleh Tekotok.

## **DAFTAR PUSTAKA.**

### **Jurnal Ilmiah**

- Abar, A. Z. (1997). Kritik Sosial, Pers dan Politik Indonesia. *Unisia*, 17(32), 44–51. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol17.iss32.art5>
- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 130–145.

- Achmad, Z. A., Aditama, R. W., & Omega, E. W. (2022). Construction of Indonesian Local Wisdom and Tradition in "Delivery Sustainable Tourism" Advertising. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 8(1), 13–30. <https://doi.org/10.35457/JOSAR.V8I1.2118>
- Afriyanti, A. N., Krisna, R. L., Nuraeni, S., & Nursani, Z. M. (2022). Perbandingan Harga Bahan Minyak dari Tahun ke Tahun: Adakah Strategi Kebijakannya? *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 6(1), 377–384.
- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10).
- Akbar, A. (2018). *Efektifitas YouTube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)*. Doctoral dissertation: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Angelone, L. (2019). Virtual Ethnography: The Post Possibilities of Not Being There. *Mid-Western Educational Researcher*, 31(3), 275–295.
- Aziz, Z. (2019). Fluxus Animasi Dan Komunikasi di Era Media Baru Digital. *Channel Jurnal Komunikasi*, 49–58.
- Darmawati, N. W. S. (2022). Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Vol 11 No 2 , Oktober 2022 BERBASIS FLIPPED CLASSROOM Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia Vol 11 No 2 , Oktober 2022. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa*, 11(2), 168–177.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam YouTube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Effendi, M. (2009). Peranan Internet sebagai Media Komunikasi. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 130–142.
- Handini, V. A. (2018). Manifestasi Realitas Simbolik Pada Komunitas Bercadar (Analisis Netnografi Pada Komunitas WhatsApp Bercadar di Wilayah Jabodetabek). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 238–249.
- Hidayati, N. N. (2022). Language Features of Men and Women in Tekotok Animated Videos. *Buana Gender*, 35–50.
- Kusuma, B. A., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 33–37.
- Lestari, S., Alfani, H., & Novitasari, D. (2022). Social Criticism in Tekotok's Hones Translator Corruptor Animation. *ASPIKOM*, 159–177.
- Luik, J. E. (2012). Media Sosial dan Presentasi Diri. *Komunikasi 2.0: Teoritisasi Dan Implikasi*.

- Mitang, M. P. (2020). Wacana Humor Kritik Sosial dalam Stand Up Comedy Indonesia Season 4 di Kompas TV: Tinjauan Pragmatik. *SINTESIS*.
- Mulyaningsih, C. (2017). Kritik Sosial Dalam Naskah Drama Tik, Karangannya Budi Yasin Misbach: Suatu Pendekatan Hermeneutik. *AKSIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2), 253–266. <https://doi.org/10.21009/aksis.010207>
- Murniaseh, E., Suratnoaji, C., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi Virtual Tentang Proliferasi Pemakaian Lagu “Bertaut” Karya Nadin Amizah di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 121–138. <https://doi.org/10.1080/14241277.2012.755682.1>
- Nuryanah, Y. (2017). Satir dalam Kumpulan Cerpen Kuda Terbang Maria Pinto Karya Linda Christanty dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *BS Thesis*.
- Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya komunikasi virtual di Twitter dan Tiktok : Perluasan makna kata estetik. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173–186.
- Paramesti, E. M., Alamiyah, S. S., & Cahayani, F. Y. (2021). Trend Peralihan Artis Televisi Menjadi YouTube Content Creator. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 139–152.
- Poell, T., & Borra, E. (2011). Twitter, YouTube, and Flickr as platforms of alternative journalism: The social media account of the 2010 Toronto G20 protests. *Journalism*, 695–713.
- Pradipta, O. F., Hakim, L., & Danadharta, I. (2023). Komedi Sebagai Sarana Kritik Sosial (Analisis Wacana Somasi Tanggal 21 Agustus 2022 - Deddy Corbuzier Podcast). *SEMAKOM: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*.
- Pramita, E. O., Adisaputera, A., & Hutagulung, T. (2022). Analisis Kesantunan dalam Tuturan Kartun Animasi Tekotok. *Jurnal Sasindo: Sastra Indonesia*.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202–224.
- Putri, D. S., Achmad, Z. A., Alamiyah, S. S., Arviani, H., & Febrianita, R. (2022). Kritik Satire pada Pejabat Negara Indonesia melalui Roasting Stand-Up Comedy Kiky Saputri di YouTube. *Nomosleca*, 8(April), 132–145.
- Rahmawati, N., Muschilatun, M., & Marizal, M. (2021). Kebebasan Berpendapat Terhadap Pemerintah Melalui Media Sosial Dalam Perspektif UU ITE. *Widya Pranata Hukum: Jurnal Kajian Dan Penelitian Hukum*, 3(1), 62–75.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.
- Sapoetri, A., & Pannindriya, S. T. (2019). Geliat Interaksi Sosial Dokter Masa Kini Melalui Media Sosial Instagram. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(2), 121–140.

Sari, N., Daulay, M. A. J., & Chairunnisa, H. (2022). Kritik Sosial Pada Komedi Varietas Lapor Pak di Trans 7 (Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk). *Jurnal Sasindo: Sastra Indonesia*.

Sihombing, J. C. (2022). *Kenaikan Harga BBM: Jahat atau Sepakat ???* Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-sidempuan/baca-artikel/15373/Kenaikan-Harga-BBM-Jahat-atau-Sepakat.html>

Silbaqolbina, Y. Z., & Najicha, F. U. (2022). Kebijakan Pemerintah dalam Menaikkan Harga Bahan Bakar Minyak serta Dampaknya Bagi Masyarakat. *Jurnal Styntax Fusion*, 2(6), 604–611.

Theo, F., Hadi, I. P., & Budiana, D. (2022). Representasi Kritik Sosial dalam Video “DPR – Musikal” di Channel YouTube SkinnyIndonesian24. *Jurnal E-Komunikasi*.

Waeo, V., Lumenta, A. S. ., & Brave, A. S. (2016). Implementasi Gerakan Manusia Pada Animasi 3D Dengan Menggunakan Metode Pose to pose. *E-Journal Teknik Informatika*.

## Buku

Asdani, K. (2008). *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*. PT Elexmedia Komputindo

Berger, A. A. (1973). *An Anatomy of Humor*. Transaction Publisher.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.

Daniel, B. K. (2010). *Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena: Paradigms and Phenomena* (Vol. 1). Igi Global.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications, Inc.

Goldbeck, J. (2015). *Introduction to Social Media Investigation: A Hands-on Approach*. Syngress.

Hartzler, B. (2010). *Comedy and Critical Thought: The Laughter of Protest*. Palgrave Macmillan.

Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publications Ltd.

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset.

Nanuru, R. F. (2017). *YouTube: Seni Berwawasan Teknologi Modern*.

Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed., Vol. 1). Solo: Cakra Books.

Raco, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. PT Grasindo.

Ravitch, S. M., & Carl, N. M. (2019). *Qualitative Research: Bridging The Conceptual, Theoretical, and Methodological*. Sage Publications.

Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (2013). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. Sage.

Romli, A. S. M. (2014). *Jurnalistik Online*. Penerbit Nuansa Cendikia.

Safko, L. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. Wiley

Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody*. Penguin.

Soekanto, S. (1993). *Kamus Sosiologi*. PT Raja Grafindo Persada.

Tarigan, H. G. (1984). *Prinsip-prinsip Dasar Sastra*. Penerbit Angkasa.

### **Seminar Prosiding**

Atthariq, M. M. (2021). *Satirisme Agama dalam Platform Video Media Sosial Analisis Wacana Kritis Kanal YouTube Treatan Muslim "Last Hope Kitchen" Episode Memasak Babi dan Kurma*. Universita Islam Indonesia.

Burnawi. (2021). *Analisis Pesan Kritik Sosial pada Konten Instagram Ulokgram*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

### **Media Online**

Kemp, S. (2011, February 11). *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021* — *DataReportal* - *Global Digital Insights*.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Komisi VII. (2022). *Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia*.