

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini membahas tentang representasi pelajar Inggris dalam video komunitas StudyTube di media sosial YouTube. Representasi pelajar Inggris yang dimaksud adalah penggunaan tanda, gambar, ataupun bentuk-bentuk lain yang mewakili dan menggambarkan pelajar Inggris, untuk menyampaikan konsep pelajar kepada orang lain serta untuk memproduksi makna mengenai pelajar Inggris. Pelajar, mengikuti definisi dari Cambridge Dictionary, merupakan orang yang sedang menempuh pendidikan di sekolah, perguruan tinggi, ataupun universitas. Representasi pelajar Inggris ini kemudian dilihat dengan menggunakan metode analisis semiotika John Fiske, dengan video komunitas StudyTube sebagai objek penelitian dalam penelitian ini. Komunitas Studytube ini adalah komunitas virtual di Youtube yang berfokus pada memproduksi dan membagikan video-video bertopik dunia pendidikan dengan menyoroti pelajar sebagai audiens utama.

Penelitian tentang representasi pelajar Inggris dalam video StudyTube ini menjadi menarik karena adanya respon yang beragam terkait dengan gambaran pelajar yang ditampilkan dalam video-video tersebut (Sklar, 2020; Weir, 2020). Salah satunya terkait dengan bagaimana rutinitas belajar, sebagai salah satu aktivitas yang dilakukan oleh pelajar, digambarkan. Di satu sisi, gambaran pelajar yang ditampilkan dalam video-video ini dianggap menginspirasi, mengedukasi, memotivasi, dan bahkan diikuti. Video-video ini, di sisi lain, dianggap tidak masuk akal, serta mempromosikan *toxic productivity* dan gaya hidup konsumtif. Misalnya

saja dengan memamerkan kepemilikan alat tulis mewah dan menjadikannya sebagai standar yang harus dicapai oleh para pelajar, serta mengglorifikasi waktu belajar di luar batas normal. Selain itu, video-video inipun menjadi media komunikasi yang menampilkan narasi dan visual terkait pelajar yang dapat terinternalisasi dan dijadikan acuan oleh pelajar lain yang menontonnya. Kozinets dalam Bowler (2010) menyatakan bahwa komunitas daring membentuk suatu nilai dan kebiasaan yang kemudian mengarahkan dan mengatur perilaku kelompok atau masyarakat tertentu. Dua alasan itulah yang membuat penelitian tentang representasi pelajar dalam video StudyTube ini menjadi menarik. Objek penelitian pada penelitian ini pun dispesifikan menjadi video yang diunggah oleh 2 StudyTuber berkebangsaan Inggris, yang dikatakan sebagai pionir dan *content creator* populer di komunitas StudyTube. Maka dari itu, dengan mengaitkan dengan konteks budaya yang ada, representasi pelajar yang dibahas pada penelitian ini difokuskan pada representasi pelajar Inggris.

Media sosial, seperti apa yang didefinisikan oleh Rahmalia (2019), adalah medium dimana pengguna-penggunanya dapat merepresentasikan diri mereka serta saling berinteraksi, berkomunikasi, hingga membentuk ikatan dengan pengguna lain. Pengguna media sosial bisa menggunakan tulisan, foto, suara, hingga video untuk membagikan pesan-pesan seperti opini, pengalaman, cerita, maupun ide tentang berbagai hal, termasuk tentang diri mereka. Para pengguna itu membagikan pesan-pesan tersebut agar dapat dilihat dan direspon oleh pengguna lain, sama seperti bagaimana mereka pun dapat melihat dan merespon terhadap apa yang dibagikan pengguna lain. Materi yang dilihat dan direspon di dalam media sosial

itupun dapat berujung pada pengaruh-pengaruh lain di dunia nyata. Salah satu contohnya seperti media sosial mengonstruksi pemahaman individu tentang dirinya sendiri, orang lain, perusahaan, produk, hingga tempat (Chochian, 2018).

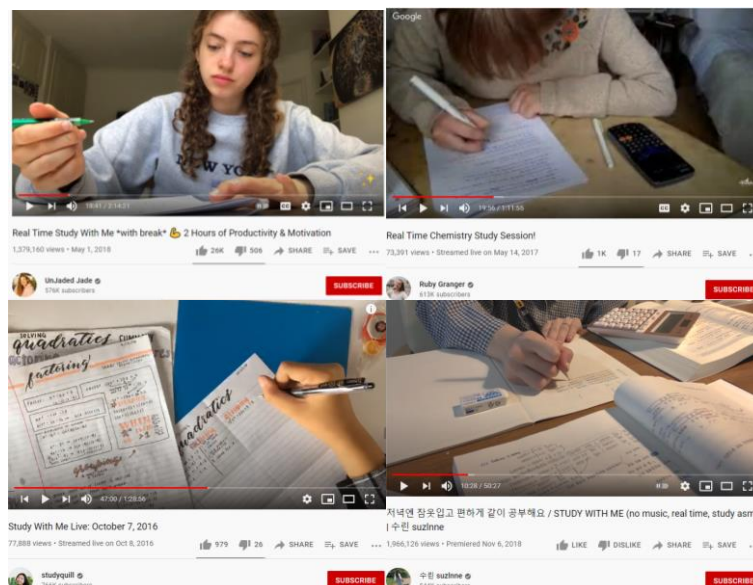
Media sosial kini digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk di antaranya adalah kalangan pelajar (Oueder dan Abousaber, 2018; Taylor et al., 2019; Rasheed et al., 2020). Menurut Rasheed et al. (2020), alasan dibalik populernya media sosial di kalangan pelajar adalah kemampuan media sosial untuk untuk menjangkau populasi pelajar yang luas, serta memungkinkan para pelajar untuk melakukan interaksi virtual antara yang satu dengan yang lain. Pelajar ini menggunakan media sosial untuk mendukung proses pembelajaran. Rasheed et al. (2020) menyebutkan bahwa pelajar menggunakan media sosial untuk mencari informasi, serta untuk membantu mereka dalam melakukan riset dan mengerjakan proyek-proyek akademis. Taylor et al. (2019) pun menyebutkan hal yang serupa, bahwa pelajar dari kalangan mahasiswa banyak menggunakan media sosial untuk tujuan pembelajaran dan riset. Tidak hanya itu, media sosial pun digunakan oleh pelajar untuk berhubungan dengan orang lain. Pelajar menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain, bersosialisasi, dan membangun komunitas mereka sendiri agar mereka dapat berkolaborasi dengan satu sama lain (Oueder dan Abousaber, 2018; Taylor et al., 2019; Rasheed et al., 2020).

YouTube menjadi salah satu media sosial yang kini populer digunakan oleh pelajar. YouTube, dengan fokus sebagai *platform video-sharing* daring, memungkinkan penggunanya untuk mengakses dan menonton video-video yang ada maupun mengunggah dan membagikan video mereka sendiri. Sama seperti

pengguna yang dapat memutuskan video apa yang akan mereka tonton, pengguna yang mengunggah video ini pun juga dapat memutuskan video apa yang akan mereka tampilkan. Topik yang dipilih bisa bervariasi, mulai dari topik film, musik, berita, gim, hingga topik terkait dunia pendidikan. Cara para pengunggah video YouTube mengemas topik-topik tersebut ke dalam suatu video pun beragam. Tergantung pada tujuan ataupun preferensi mereka. Melalui video-video inilah kemudian pengunggah video menggunakan bahasa untuk memproduksi makna akan sesuatu.

YouTube juga menjadi arena berkembangnya komunitas bernama StudyTube. StudyTube merupakan gabungan dari kata “*Study*” atau belajar dan “YouTube” atau *platform* tempat komunitas ini berada. Orang-orang yang merupakan bagian dari komunitas ini, atau yang biasa disebut dengan StudyTuber, mengunggah video-video terkait kehidupan pelajar, rutinitas atau ritual belajar yang dilakukan, barang-barang yang digunakan, hingga *tips & trick* yang berhubungan dengan dunia akademik. Maka dari itu, sebagai sebuah komunitas virtual, StudyTube menjadi suatu perkumpulan sosial yang tumbuh di internet dengan menggunakan suatu bentuk teknologi informasi baru sebagai medianya, yaitu YouTube, dimana sejumlah orang yang merupakan YouTuber pelajar hadir untuk mendiskusikan suatu persoalan yang sama, yaitu tema dunia pendidikan seperti kegiatan belajar, ujian, sekolah, universitas, dan produktivitas (Sharma, 2019; Watts, 2021). Salah satu jenis video yang tergolong populer adalah video “*Study with Me*” atau yang diartikan secara harfiah sebagai “Belajar Bersamaku”. Pada video “*Study with Me*” ini, StudyTuber umumnya akan merekam dirinya sendiri yang sedang belajar

selama berjam-jam. Setiap beberapa menit sekali, StudyTuber mengubah sudut pengambilan gambar. StudyTuber kemudian memperlihatkan apa saja yang dilakukannya ketika sedang belajar tanpa berbicara atau melihat kepada kamera sedikitpun. Alhasil, sesuai dengan namanya, alih-alih untuk ditonton secara seksama keseluruhan isinya, video “*Study with Me*” akan dimanfaatkan oleh pengguna YouTube yang menontonnya untuk menjadi ‘teman’ atau pendamping selama mereka sedang belajar. Dengan video-video semacam inilah, StudyTube menjadi sebuah komunitas yang populer di kalangan pelajar. (Young, 2020; Robson, 2019).



Gambar 1.1 Video *Study with Me*, Sumber: YouTube UnJaded Jade, StudyGranger, Studyquill, dan SuzInne

Terdapat beberapa hal yang melatarbelakangi populernya video-video StudyTube ini. Terutama alasan mengapa video tentang orang belajar, seperti video *Study with Me*, menjadi menarik. Menurut Welsh (2019), video ini mendapatkan popularitas karena membuat pelajar termotivasi, dimana ketika pelajar menonton video ini saat sedang belajar dan melihat sosok dalam video berkonsentrasi pada

kegiatan belajarnya, pelajar tersebut dapat termotivasi untuk tetap fokus, belajar lebih keras, tidak terdistraksi, dan bisa menyelesaikan lebih banyak pekerjaan. Selain itu, video tentang orang belajar ini dikatakan membuat pelajar jadi efisien dan terstimulasi untuk terus bekerja (Delgado, 2021). Ia pun mengatakan bahwa video ini memberikan rasa kebersamaan atau rasa memiliki teman saat sedang. Hal yang sama juga disebutkan oleh Ewe (2021), bahwa dengan video ini, pelajar merasakan rasa kebersamaan yang membuat mereka tidak merasa sendiri. Ia pun menyebutkan bahwa video ini membuat kegiatan belajar jadi lebih tertahankan, ditambah dengan adanya suara-suara terapeutik yang enak didengar, serta tampilan meja belajar, bahan-bahan pelajaran, dan gerak tangan yang enak dipandang. Alhasil, diketahui bahwa video-video ini dianggap sebagai sesuatu yang menarik karena motivasi, dorongan untuk menjadi lebih baik, rasa kebersamaan, dan unsur-unsur pemuas indra yang diberikan kepada audiensnya.

Selain membagikan video di saluran masing-masing, para StudyTuber pun dapat ditemukan melakukan hal lain. Beberapa diantara mereka berkumpul untuk melakukan kolaborasi dengan satu sama lain. Beberapa diantaranya juga berkumpul untuk membuat siniar, seperti siniar “The Wooden Spoon” yang direkam oleh StudyTuber Eve Cornwell, Ruby Granger, Unjaded Jade, dan Jack Edwards di tahun 2019.

Sebelum StudyTube, terdapat komunitas-komunitas belajar *online* lain yang juga eksis di kalangan pelajar. Komunitas-komunitas tersebut antara lain Studyblr dan Studygram. Sama seperti StudyTube, kedua komunitas ini pun merupakan komunitas virtual yang membagikan konten-konten terkait dunia pendidikan.

Walaupun begitu, medium yang digunakan berbeda. Studyblr merupakan komunitas virtual yang berkembang di media sosial Tumblr sementara Studygram berkembang di Instagram.

Studyblr mulai menjadi viral sejak tahun 2014 dan makin berkembang lagi pada tahun 2015 (Dumoulin, 2019). Masih dalam penelitian yang sama, Dumoulin (2019) mengungkapkan bahwa komunitas yang aktif dalam membagikan foto-foto dan *tips & trick* yang berkaitan dengan kehidupan pelajar ini berfokus pada membantu pengguna Tumblr lain untuk belajar dan mengerjakan pekerjaan rumah, agar kegiatan-kegiatan tersebut terasa lebih ringan dan menyenangkan sambil tetap mempertahankan nilai yang bagus di sekolah. Selain itu, dengan adanya internet yang memberikan wadah bagi orang-orang yang memiliki ketertarikan yang unik terhadap kegiatan belajar ini untuk membagikan konten mereka kepada pengguna internet lain, Dumoulin (2019) melihat Studyblr ini sebagai sebuah *micro-population* dan juga sebuah budaya digital. Dampak yang diberikan oleh Studyblr dalam mengonstruksi sosok pelajar yang ‘sempurna’ bahkan bisa terlihat dari bagaimana orang-orang akan mencantumkan “#studyblr” untuk setiap hal yang menunjukkan kehidupan pelajar yang tampak tertata dan menyenangkan secara visual. Alhasil, Studyblr pun dapat dilihat sebagai pelopor dari komunitas belajar daring.

merupakan pelajar-pelajar yang memiliki kesenangan yang sama, yaitu belajar dan membuat catatan dengan baik (Aulia, 2019).



Gambar 1.3 Studygram, Sumber: Instagram @za_ggum dan @kayt.studies

Meski begitu, Studygrammer atau pengguna yang mengunggah konten-konten Studygram tidak membagikan konten yang menggambarkan sosok pelajar. Studygrammer memang membagikan pengalaman, semangat, dan saran sebagai pelajar (Iranzo dan Echenique, 2020), namun konten yang mereka bagikan lebih spesifik pada bagaimana membuat catatan dari materi-materi yang dipelajari dan alat tulis apa yang digunakan. Atas dasar alasan-alasan ini, tampak bahwa saat ini, komunitas belajar yang lebih banyak digandrungi oleh pelajar karena citranya yang lebih erat dengan diri mereka adalah komunitas StudyTube.

Studi mengenai komunitas-komunitas belajar *online* ini belum mendapat cukup perhatian di ranah akademik. Beberapa penelitian yang pernah dilakukan yaitu penelitian oleh Iranzo dan Echenique (2020) yang membahas mengenai komunitas Studygram, serta penelitian oleh Ryan et al. (2011) yang membahas tentang komunitas mahasiswa program Ph.D di Facebook. Meski begitu, belum ada penelitian yang membahas mengenai komunitas belajar daring di YouTube. Chareen Snelson (2015) melakukan penelitian mengenai kegiatan *vlogging* tentang sekolah. Meski begitu, Snelson tidak berfokus pada gambaran pelajar dan rutinitas

belajar yang mereka lakukan. Snelson pun menaruh lebih banyak perhatian pada *vlog* yang direkam di lingkungan sekolah dan tidak pada *vlog* pelajar di lingkungan lain. Hal-hal ini kemudian menunjukkan bahwa belum ada penelitian yang membahas mengenai komunitas StudyTube dan representasi pelajar di dalamnya. Kesenjangan inilah yang kemudian diisi oleh penelitian kali ini dan membedakan penelitian kali ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Terkait dengan StudyTube, jumlah StudyTuber yang dapat ditemui di YouTube tidaklah sedikit. Meskipun demikian, terdapat nama-nama yang lebih menonjol dibanding StudyTuber yang lain, diantaranya yaitu StudyTuber berkebangsaan Inggris Ruby Granger dan Unjaded Jade. Nama-nama ini kerap disebut sebagai '*big names*' atau bagian dari *content creator* yang paling populer di dalam komunitas StudyTube (Sklar, 2020; Weir, 2020). Keduanya pun telah memiliki lebih dari 500 ribu pengikut di akun YouTube mereka, seperti Ruby Granger dengan jumlah pengikut 697.000 dan Unjaded Jade dengan jumlah pengikut 731.000.

Pada akun YouTube-nya, baik Ruby Granger maupun Unjaded Jade, mereka umumnya mengunggah video yang berkaitan dengan kehidupan pelajar, kegiatan belajar, produktivitas, buku dan alat tulis, tips & trik, serta video Study with Me. Ruby Granger dan Unjaded Jade membagikan saran-saran tentang berbagai hal. Mulai dari cara agar seseorang dapat menikmati kegiatan belajar, hingga hal yang harus dilakukan sebelum tahun ajaran baru dimulai. Ruby Granger dan Unjaded Jade menampilkan keseharian mereka sebagai pelajar, seperti kegiatan yang mereka lakukan sejak mereka bangun maupun rutinitas atau ritual belajar mereka. Rutinitas

atau ritual belajar keduanya juga dikemas dalam bentuk video *Study with Me*, yang diiringi dengan audio musik ataupun hanya mengandalkan suara-suara natural dari halaman buku yang dibalik dan suara klik pulpen. Dengan konten-konten yang diunggah oleh para StudyTuber ini, video-video StudyTube pun kemudian dikonsumsi oleh para pelajar.

Meski begitu, gambaran pelajar yang ditampilkan oleh video-video StudyTube yang umumnya dikonsumsi oleh sesama pelajar ini menuai tanggapan yang beragam dari audiens. Salah satunya dikarenakan oleh tampilan rutinitas belajar yang para pelajar ini lakukan. Di satu sisi, video-video StudyTube dinilai positif karena memberikan motivasi dan perasaan saling memahami antar pelajar (Sklar, 2020; Feiner, 2020). Video-video ini dilihat memberikan dorongan serta motivasi bagi penontonnya untuk mencapai sesuatu. Selain itu, konten yang diberikan juga dianggap memberikan dukungan dan hiburan bagi para pelajar, terutama di masa pandemi dimana pelajar merasa terjebak di dalam isolasi. Gambaran-gambaran kehidupan pelajar yang diberikan oleh para StudyTuber pun dilihat manusiawi dan dapat dipahami oleh sesama pelajar. Terlebih lagi dari segi tampilannya, video-video StudyTube dianggap menyenangkan secara visual atau yang biasa disebut sebagai *visually pleasing*. Pemilik akun *The Man Sitting Next to Me* dan *Jamie Lee* dalam liputan Snyder (2019) mengungkapkan bahwa video-video ini, utamanya video *Study with Me*, membantu mengurangi rasa kesepian yang dirasakan oleh pelajar dengan mendapatkan sensasi belajar bersama orang lain. Sensasi ini pun dikatakan mampu membuat pelajar terdorong untuk belajar lebih keras dan menjadi lebih fokus.

Di sisi lain, video-video StudyTube dinilai negatif karena mempromosikan obsesi yang tidak sehat dan tidak masuk akal terhadap produktivitas dan nilai tinggi, serta mempromosikan konsumtivisme (Weir, 2020; Colvicchi, 2021). Produktivitas yang ditampilkan melalui video-video ini dianggap membuat penontonnya justru menenggelamkan diri dalam kewajiban untuk terus produktif, hanya fokus pada kehidupan akademik, dan melupakan aspek-aspek lain dalam kehidupannya. Selain itu, gambaran yang ditampilkan pun dianggap tidak masuk akal karena mustahil bagi seseorang untuk bisa terus produktif. Video-video ini juga dilihat memicu obsesi yang berlebihan untuk bekerja keras dan mendapat nilai tinggi, serta memicu perilaku konsumtif. Firmin (2020) melihat fenomena ini dari sudut pandang budaya dan mengungkapkan bahwa StudyTube mendorong penontonnya kepada individualisme berkedok produktivitas dan memproduksi pelajar-pelajar muda yang terlatih untuk memasuki pasar tenaga kerja yang kompetitif.

Beragamnya opini yang muncul terkait gambaran pelajar dalam video-video StudyTube, menjadi dasar pemikiran peneliti untuk mencari tahu bagaimanakah sebenarnya pelajar direpresentasikan dalam video-video ini. Peneliti tertarik untuk mencari tahu penggambaran semacam apa yang di satu sisi dianggap memberikan inspirasi, edukasi, dan motivasi, serta perasaan saling memahami antar pelajar. Peneliti pun tertarik untuk mencari tahu penggambaran semacam apa yang, di saat yang sama, dianggap menampilkan sesuatu yang tidak masuk akal, mempromosikan *toxic productivity*, dan konsumtivisme.

Selain itu, Kozinets dalam Bowler (2010) menyatakan bahwa komunitas daring membentuk suatu budaya, nilai, kepercayaan, dan kebiasaan yang kemudian

mengarahkan, membimbing, dan mengatur perilaku kelompok atau masyarakat tertentu. Komunitas StudyTube pun merupakan komunitas daring dan karenanya juga dapat membentuk suatu budaya, nilai, kepercayaan atau kebiasaan tertentu. Misalnya saja budaya yang berkaitan dengan pelajar dan rutinitas belajar yang dilakukan. Budaya tersebutlah yang kemudian dapat mengarahkan, membimbing, dan mengatur perilaku kelompok atau masyarakat tertentu. Seperti contohnya perilaku dari pelajar-pelajar yang menonton video-video StudyTube. Berdasarkan pernyataan Kozinets tersebut, peneliti kemudian hadir dengan asumsi bahwa komunitas StudyTube yang menampilkan gambaran pelajar dan rutinitas belajar ini dapat memberi pengaruh pada pelajar-pelajar lain untuk mengambil referensi dari video-video ini dalam berperilaku.

Bowler (2010) juga menyatakan bahwa komunitas daring terdiri dari orang-orang dengan ketertarikan sama yang kemudian bersatu untuk tujuan yang sama. Ia menambahkan bahwa ketertarikan yang sama inilah yang kemudian mendorong anggota komunitas ini untuk membentuk suatu hubungan atau afiliasi dimana mereka bisa belajar dari satu sama lain dan menciptakan suatu dampak pada masyarakat dan budaya di sekitar mereka. Pernyataan ini memperkuat asumsi peneliti tentang bagaimana pelajar yang menonton video-video StudyTube, sebagai orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama, dapat belajar dari para StudyTubers. Misalnya saja belajar tentang “sosok pelajar yang ideal” atau tentang “rutinitas belajar yang harus diterapkan”. Begitu pula sebaliknya. Para StudyTubers pun, melalui video-video StudyTube, dapat menciptakan dampak tertentu pada budaya pelajar. Hal ini berimbas pada munculnya potensi untuk gambaran-

gambaran yang dikonstruksi oleh komunitas StudyTube untuk terinternalisasi dan dijadikan acuan oleh pelajar yang menontonnya.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dipahami bahwa gambaran pelajar dan ritual belajar yang ditampilkan dalam video-video menuai respon yang beragam dan saling bertolak belakang. Selain itu, dipahami pula bahwa terdapat potensi bagi gambaran pelajar dan rutinitas belajar yang ditampilkan dan dikonstruksi oleh video StudyTube untuk dijadikan referensi atau acuan oleh pelajar yang menontonnya dalam berperilaku. Atas dasar alasan-alasan inilah peneliti kemudian tertarik untuk melihat representasi pelajar, termasuk di dalamnya rutinitas belajar yang mereka lakukan, dalam video komunitas StudyTube. Penelitian ini pun berfokus pada video yang diunggah oleh 2 StudyTuber berkebangsaan Inggris, yang dikatakan sebagai pionir dan *content creator* populer di komunitas StudyTube. Maka dari itu, dengan mengaitkan dengan konteks budaya yang ada, representasi pelajar yang dibahas pada penelitian ini difokuskan pada representasi pelajar Inggris.

Penelitian ini menggunakan teori representasi Stuart Hall. Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah menggunakan bahasa, tanda, dan gambar yang mewakili atau merepresentasikan sesuatu, untuk berkata tentang sesuatu yang bermakna itu atau merepresentasikan sesuatu itu secara bermakna kepada orang lain. Sesuatu yang dikomunikasikan, disimbolkan, atau diwakili oleh bahasa dengan menggunakan tanda bisa berupa sesuatu yang ada pada realita, seperti orang. Pelajar Inggris, dalam hal ini, merupakan sosok yang dapat direpresentasikan melalui bahasa. Video StudyTube menggunakan bahasa, tanda, dan gambar yang mewakili atau merepresentasikan pelajar, untuk berkata tentang pelajar Inggris itu

atau merepresentasikan pelajar Inggris itu secara bermakna kepada penontonnya. Berdasarkan hal ini, tampak bahwa teori representasi Stuart Hall dapat bekerja bagi penelitian ini karena penelitian ini berusaha mendeskripsikan representasi pelajar Inggris yang ditampilkan dalam video-video YouTube komunitas StudyTube tersebut.

Sementara itu, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotika John Fiske. John Fiske (1987) membahas mengenai kode-kode sosial (*social codes*). Kode-kode ini kemudian dirumuskan ke dalam suatu struktur hierarki yang disusun atas tingkatan kejelasannya, yaitu level realita, representasi, dan ideologi. Metode ini dipilih karena model ini dapat digunakan untuk memahami fungsi teks dan juga memahami aspek-aspek yang perlu dilihat ketika melakukan analisis terhadap suatu produk audio visual (Rahmalia, 2019). Dengan metode ini, peneliti kemudian melihat aspek-aspek pada level realita, representasi, dan ideologi pada video-video StudyTube untuk mengetahui representasi pelajar Inggris dalam video-video YouTube komunitas StudyTube.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana representasi pelajar Inggris dalam video-video YouTube komunitas StudyTube?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan representasi pelajar Inggris dalam video-video YouTube komunitas StudyTube.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu menambahkan sumbangan pustaka pada kajian Ilmu Komunikasi, terutama yang berhubungan dengan studi semiotika pada video YouTube sebagai produk media sosial. Penelitian ini juga diharapkan mampu menambahkan sumbangan pustaka pada studi tentang pelajar.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi untuk peneliti maupun masyarakat umum yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang sebuah komunitas belajar virtual yang bernama StudyTube serta wawasan tentang bagaimana video-video StudyTube yang dianggap bermanfaat namun juga kontroversial ini merepresentasikan pelajar.

1.5 Kajian Pustaka

1.5.1 Riset-Riset tentang Komunitas Belajar di Media Sosial

Topik-topik terkait komunitas belajar di media sosial merupakan topik yang belum mendapat cukup perhatian di ranah akademik. Salah satu dari

beberapa penelitian yang pernah dilakukan adalah penelitian oleh Iranzo dan Echenique (2020) yang berjudul “*Studygrammers: Learning Influencers*”. Penelitian ini membahas mengenai komunitas Studygram. Iranzo dan Echenique (2020) mengungkapkan bahwa internet serta teknologi informasi dan komunikasi memberikan kontribusi yang besar pada bidang edukasi, terutama pada inovasi-inovasi kegiatan belajar mengajar. Inovasi-inovasi tersebut seperti membuat kegiatan belajar mengajar menjadi lebih terdesentralisasi, mandiri, dan kolaboratif, hingga memunculkan sistem *flipped learning*. Inovasi semacam ini kemudian dinilai berhasil meningkatkan keterampilan dan kecakapan pelajar karena sifat-sifat ruang virtual yang lebih ‘ramah’ pada anak muda. Media sosial, sebagai bagian dari ruang virtual, dilihat memiliki peran ini. Jika sebelumnya media sosial banyak digunakan untuk tujuan hiburan, kini terdapat peningkatan dalam penggunaan media sosial untuk tujuan-tujuan yang lebih profesional dan edukasional. Termasuk diantaranya adalah Instagram. Instagram, dalam perannya di kegiatan belajar mengajar, telah beberapa kali diteliti. Meski begitu, kedua peneliti itu melihat berbagai batasan dari penelitian sebelumnya sehingga mereka akhirnya hadir dengan penelitian terkait Studygram. Maka dari itu, kedua peneliti tersebut pun melakukan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan mencirikan Studygrammer. Iranzo dan Echenique (2020) berusaha mendefinisikan dan mencirikan sosok Studygrammer, serta memahami hubungan dan pendapat mahasiswa-mahasiswa komunikasi akan fenomena Studygram.

Iranzo dan Echenique (2020) menggunakan 3 metode dalam penelitiannya. Kedua peneliti itu membagikan kuesioner kepada mahasiswa-mahasiswa komunikasi dan melakukan observasi partisipan terhadap akun-akun Studygrammer di Instagram. Kedua peneliti tersebut juga melakukan analisis menggunakan teknik Philips 66.

Dari penelitian yang telah dilakukan, Iranzo dan Echenique (2020) mendapatkan beberapa penemuan berkaitan dengan penggunaan media sosial dalam pembelajaran informal, profil dan kegiatan yang dilakukan para Studygrammer, serta persepsi mahasiswa komunikasi terkait Studygrammer. Pada penemuan pertama, terlihat bahwa media sosial yang paling banyak digunakan dalam pembelajaran informal adalah WhatsApp dan YouTube. Kedua peneliti kemudian berhasil menemukan definisi dari Studygram dan Studygrammer, kegiatan yang dilakukan oleh para Studygrammer, dan motivasi yang mendasari digandrunginya komunitas ini. Sementara itu, pada penemuan ketiga dapat dilihat berbagai pandangan mahasiswa komunikasi akan fenomena ini, seperti kriteria Studygrammer, alasan mengikuti konten Studygrammer, pendapat akan monetisasi yang dilakukan Studygrammer, alasan menjadi Studygrammer, hingga ketertarikan mereka menjadi seorang Studygrammer. Dari penelitian tersebut, Iranzo dan Echenique menyimpulkan bahwa Studygrammer merupakan pelajar berperan sebagai mentor sebaya dalam ranah akademik melalui Instagram, dimana mereka membagikan catatan serta membagikan pengalaman, semangat, dan saran. Karakteristik para Studygrammer ini pun dapat disimpulkan. Karakteristik itu antara lain

mengadopsi sifat-sifat alami *influencer* pada umumnya yang mengedepankan nilai estetika dan melakukan monetisasi, namun atas dasar tujuan akademik (Iranzo dan Echenique, 2020).

Selain di Instagram, komunitas belajar daring juga dapat ditemukan di Facebook. Ryan et al. (2011) melakukan penelitian dengan judul “*Exploring Educational and Cultural Adaptation through Social Networking Sites*”. Penelitian tersebut membahas tentang komunitas mahasiswa program Ph.D di Facebook yang mengunggah tips yang berhubungan dengan pelajar dan budaya, serta mengunggah pertanyaan, observasi, atau diskusi dengan topik yang serupa. Ryan et al. (2011) mengungkapkan bahwa penggunaan situs jejaring sosial, seperti Facebook, dalam ranah edukasi formal mengalami peningkatan minat. Menurut para peneliti tersebut, Facebook telah banyak digunakan oleh mahasiswa dan hal ini dikarenakan oleh sifat Facebook yang cocok untuk pelajar dan sifat Facebook yang mampu mengundang partisipasi secara natural. Oleh karenanya, Facebook menjadi salah satu tempat berkembangnya komunitas belajar daring yang berisikan mahasiswa, termasuk para mahasiswa baru. Atas dasar itu, para peneliti itu pun melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana situs jejaring sosial Facebook membantu mahasiswa-mahasiswa baru program PhD dalam beradaptasi dengan dengan sistem pendidikan dan budaya yang ada. Ryan et al. (2011) berusaha mencari tahu bagaimana Facebook mampu membantu mahasiswa baru itu beradaptasi dengan pendidikan dan budaya yang ada di awal masa studi mereka.

Ryan et al (2011) menggunakan metode autoetnografi untuk menjawab rumusan masalah. Para peneliti itu mengungkapkan bahwa mereka memintai pernyataan terkait pengalaman dan opini dari partisipan yang merupakan mahasiswa-mahasiswa program Ph.D semester awal di Sekolah Bisnis Midwestern University. Dari pernyataan yang diberikanlah kemudian peneliti tersebut berusaha memahami alasan dibalik perilaku yang ada.

Ryan et al. (2011) menyebutkan temuannya terkait bagaimana situs jejaring sosial ini membantu proses adaptasi pendidikan dan budaya para mahasiswa baru. Para peneliti tersebut menjelaskan bahwa situs jejaring sosial mampu memaksimalkan proses pertukaran pengetahuan antar mahasiswa, menyediakan dukungan yang dibutuhkan untuk menyemangati dan meyakinkan para mahasiswa baru, serta mempermudah sosialisasi dan interaksi sehingga para mahasiswa ini menjadi saling terkoneksi ke dalam satu komunitas. Setelah menjabarkan penemuan-penemuan yang menjawab rumusan masalahnya itu, para peneliti tersebut kemudian melanjutkan dengan memberikan berbagai rekomendasi tentang bagaimana tenaga pengajar dapat menggunakan situs jejaring sosial dalam kegiatan belajar mengajar (Ryan et al., 2011).

Kedua penelitian yang telah dipaparkan ini memberikan gambaran tentang bagaimana komunitas belajar daring di media sosial. Penelitian pertama berfokus pada komunitas Studygram di Instagram dan penelitian kedua berfokus pada komunitas mahasiswa Ph.D di Facebook. Meski begitu, belum ada yang membahas mengenai komunitas belajar daring di YouTube

yang merupakan *platform* media sosial urutan pertama di Indonesia dan urutan kedua secara global menurut laporan Digital 2020. Oleh karena itu, penelitian kali ini mengisi kesenjangan itu dengan melakukan penelitian pada video komunitas StudyTube sebagai komunitas belajar daring di YouTube.

Sementara itu, berkaitan dengan pelajar di YouTube, terdapat sebuah penelitian terdahulu yang membahas mengenai video blog bertemakan sekolah di YouTube. Penelitian berjudul “*Vlogging about school on YouTube: An Exploratory*” tersebut dilakukan oleh Chareen Snelson (2015). Snelson (2015) melatarbelakangi penelitian tersebut atas isu privasi yang berhubungan dengan kegiatan *vlogging* dan fenomena *vlogging* bertemakan sekolah yang belum banyak dibahas. Snelson mengungkapkan bahwa kegiatan *vlogging* (*video blogging*) mengalami pergeseran dari yang sebelumnya hanya dilakukan di rumah (*home-based*) menjadi dapat dilakukan sambil berpergian (*mobile*). Pergeseran ini memunculkan isu privasi karena orang di sekitar bisa ikut terekam dan akhirnya tampil di YouTube tanpa izin atau tanpa sepengetahuan orang yang bersangkutan. Selain isu tersebut, Snelson juga mengungkapkan bahwa fenomena *vlogging* bertemakan sekolah belum banyak dilakukan. Pertanyaan tentang apa yang orang bahas dalam *vlog* dan dimana para *vlogger* merekam video belum mendapat banyak perhatian. Salah satunya adalah *vlog* yang bertemakan sekolah. Padahal, sekolah memiliki peran penting dalam kehidupan banyak orang. Terakhir, Snelson pun memiliki ketertarikan akan hal yang bersangkutan akan literasi media baru seperti YouTube dan budaya partisipatif dari komunitas YouTube. Maka dari itu, Snelson melakukan

penelitian yang bertujuan untuk menginvestigasi kegiatan *vlogging* bertemakan sekolah. Snelson (2015) berusaha mencari tahu karakteristik, konteks, konten, budaya, dan motivasi dari *vlog* bertemakan sekolah.

Snelson (2015) menjawab rumusan masalah yang ada dengan menggunakan metode eksploratif gabungan, yang merupakan kombinasi dari etnografi daring dan statistik deskriptif. Penelitian tersebut dilakukan dengan mengamati sejumlah *vlog* bertemakan sekolah di YouTube. Snelson mengungkapkan bahwa dalam memilih sampel video, dirinya menggunakan beberapa kriteria untuk memastikan *vlog* yang dilihat sesuai dengan fokus penelitian dan rumusan masalah yang ditanyakan. Kriteria-kriteria tersebut antara lain berkaitan dengan apa yang ditampilkan dalam *vlog*, waktu pengunggahan, kata kunci yang digunakan, bahasa penuturan, serta bahwa *vlog* itu tidak memiliki tujuan menjual apapun. Selain itu, penelitian tersebut juga membagikan kuesioner. Meskipun begitu, Snelson mengungkapkan bahwa kuesioner yang dibagikannya tidak mendapat banyak respon.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Snelson (2015) mendapatkan hasil tentang ciri-ciri dari *vlog*, beserta pengunggah dan penontonnya, lokasi perekaman *vlog*, hal yang dibagikan dalam *vlog*, pola komunikasi dan perilaku para *vlogger*, hingga alasan yang melandasi dibuatnya *vlog* itu. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *vlog* bertemakan sekolah banyak dibuat dan ditonton oleh anak muda, direkam di berbagai lokasi seperti rumah dan sekolah, serta membagikan pengalaman sekolah, tips, dan buku yang digunakan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa para *vlogger* tema

sekolah ini menggunakan cara komunikasi tertentu untuk berinteraksi dengan audiens dan mereka melakukan kegiatan ini karena motivasi yang beragam (Snelson, 2015).

Penelitian oleh Snelson (2015) tersebut memang melakukan eksplorasi tentang video-video blog bertemakan sekolah di YouTube. Meski begitu, penelitian itu berangkat dari kekhawatiran akan pergeseran *vlog* dari yang sebelumnya hanya dilakukan di rumah (*home-based*) menjadi dapat dilakukan sambil berpergian (*mobile*) karena dapat memunculkan isu privasi. Oleh karenanya, meski menyebutkan bahwa sebagian besar *vlog* direkam di rumah, penelitian tersebut nampaknya menaruh lebih banyak perhatian pada *vlog* di sekolah dan tidak pada *vlog* di lingkungan lain seperti yang dilakukan di penelitian kali ini. Penelitian itu pun lebih membahas mengenai bentuk *vlog* dan praktik *vlogging*, dan bukan pada bagaimana pelajar pada video-video itu digambarkan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan Snelson (2015) juga tidak membahas mengenai rutinitas belajar para pelajar di video-video blog tersebut. Penelitian tersebut hanya menyebutkan kegiatan yang dilakukan tanpa menjelaskan lebih jauh tentang bagaimana kegiatan itu dilakukan. Padahal, bagaimana rutinitas belajar yang dilakukan para pelajar ini ditampilkanlah yang memicu perdebatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penelitian kali ini mengisi kesenjangan yang ada.

Topik komunitas StudyTube pun merupakan topik yang belum pernah diteliti sebelumnya. Oleh karenanya, penelitian ini diharapkan dapat

menambahkan sumbangan pustaka pada kajian Ilmu Komunikasi, terutama yang berhubungan dengan studi semiotika pada produk audio visual. Meskipun demikian, penelitian-penelitian terdahulu yang telah disebutkan digunakan sebagai referensi dan tambahan tinjauan pustaka.

1.5.2 Representasi dalam Media Sosial

Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah suatu produksi makna melalui bahasa dan representasi dalam bahasa ini memegang peran yang penting dalam proses produksi makna di masyarakat. Hall (1997) kemudian menambahkan, dengan mengambil referensi dari Kamus Bahasa Inggris Oxford, bahwa merepresentasikan sesuatu berarti menyimbolkan, mendeskripsikan, mewakili, menggambarkan, menggantikan, ataupun memunculkan sesuatu ke dalam benak dengan menggunakan deskripsi-deskripsi, penggambaran, atau bentuk-bentuk imajiner. Maka dari itu, representasi dapat didefinisikan sebagai menggunakan bahasa, tanda, dan gambar yang mewakili ataupun merepresentasikan sesuatu, untuk berkata tentang hal yang bermakna kepada orang lain (Ida, 2014).

Hall (1997) mengungkapkan bahwa dalam representasi, tanda yang telah terorganisir dalam bahasa digunakan untuk mengomunikasikan sesuatu dengan penuh makna. Sesuatu yang dikomunikasikan, disimbolkan, atau diwakili oleh bahasa dengan menggunakan tanda bisa berupa sesuatu yang ada pada realita maupun sesuatu yang tidak benar-benar ada di dunia materil. Hal-hal pada realita tersebut bisa berupa objek, orang, hingga suatu kejadian. Sementara itu

hal-hal yang tidak benar-benar ada di dunia materil bisa berupa ide-ide abstrak, imajinasi, hingga fantasi. Meski begitu, Hall (1997) kemudian menambahkan bahwa realita yang direpresentasikan lewat bahasa tidak seperti realita yang berdiri di depan cermin yang kemudian bisa direfleksikan secara akurat.

Hall (1997) berikutnya menjelaskan tentang cara kerja representasi yang melibatkan 2 proses atau 2 sistem representasi yang disebut “*systems of representations*”. Sistem yang pertama disebut dengan *system of mental representation* (sistem representasi mental), yaitu konsep-konsep yang terbentuk pada pikiran individu akan suatu realita. Sistem ini menggolongkan dan menyusun dunia yang ada ke dalam kategori-kategori tertentu. Dengan adanya sistem atau konsep-konsep ini, individu kemudian mampu mengetahui makna dari sesuatu. Meski begitu, makna ini tidak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain tanpa adanya bahasa sebagai sistem yang kedua. Bahasa ini berisikan tanda-tanda yang telah terstruktur. Tanda-tanda dalam bahasa ini kemudian akan dapat digunakan untuk mengomunikasikan suatu makna apabila ada kode-kode tertentu yang mampu menerjemahkan apa yang ada di dalam pikiran individu ke dalam bahasa, maupun sebaliknya. Sementara itu, kode-kode ini adalah sesuatu yang dibentuk di masyarakat alih-alih hadir dengan sendirinya. Dengan begitu dapat terlihat bahwa untuk dapat mengomunikasikan suatu hal melalui bahasa, diperlukan adanya kode-kode sosial yang memastikan bahwa tanda yang digunakan oleh satu individu untuk mengungkapkan suatu makna sama dengan tanda yang digunakan oleh individu yang lain. Hal inilah yang kemudian penting dalam studi representasi.

Pentingnya bahasa ini juga disebutkan oleh Ida (2014) yang mengatakan bahwa suatu budaya dapat memiliki makna hanya dengan menggunakan bahasa. Begitu pula dengan makna yang baru bisa diproduksi dan dipertukarkan hanya dengan menggunakan bahasa. Dengan bahasa pula, individu mampu menyampaikan konsep, ide, maupun perasaannya dengan diwakilkan atau direpresentasikan dengan tanda dan simbol (Ida, 2014).

Representasi pun dapat terjadi dalam berbagai media. Salah satunya yaitu media sosial. Dalam media sosial, konten-konten yang dibagikan dikenal dengan sebutan *user-generated content*. Pada jenis konten ini, pengguna dapat memproduksi dan membagikan sendiri konten yang mereka inginkan. Salah satunya adalah konten tentang diri pengguna itu sendiri. Melalui media sosial, pengguna dapat mengunggah sesuatu yang mana di dalamnya, mereka akan menggunakan bahasa, tanda, dan gambar untuk mewakili ataupun merepresentasikan diri mereka di dunia nyata. Hal inilah yang kemudian disebut dengan *representation of self* atau representasi diri.

Dalam representasi diri, seorang individu cenderung berusaha menampilkan dirinya dengan sesuai dengan hasil apa yang ingin ia dapatkan dari aktivitas tersebut. Hal-hal tersebut seperti berusaha menampilkan diri agar orang lain memandang tinggi atas dirinya, agar orang lain mengira individu tersebut memandang tinggi atas diri mereka, agar orang lain memahami apa yang sebenarnya individu tersebut rasakan, maupun agar orang lain tidak memiliki impresi apapun akan dirinya (Goffman, 2020). Goffman (2020) juga menjelaskan bahwa individu memiliki ketertarikan untuk mengontrol orang

lain, terutama mengontrol bagaimana orang lain harus memperlakukannya. Kontrol ini dapat dilakukan mempengaruhi keadaan tempat individu dan orang lain tersebut berada, dan salah satu cara mempengaruhi ini adalah dengan menampilkan dirinya dengan sedemikian rupa untuk memberikan orang lain suatu impresi tertentu akan dirinya, yang akan mengarahkan mereka untuk berlaku secara sukarela sesuai dengan tujuan awal individu tersebut. Bagaimana individu tersebut memutuskan untuk menampilkan dirinya pun dapat bervariasi. Bahkan, Goffman (2020) berargumen bahwa ketika menampilkan dirinya di hadapan orang lain, seorang individu cenderung menekan perasaannya yang sebenarnya dan menyajikan sesuatu yang dapat diterima oleh orang lain tersebut meskipun hanya sesaat. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menunjukan dirinya di hadapan orang lain, individu akan berusaha untuk mengendalikan impresi orang lain terhadap situasi tersebut dan salah satu cara mengendalikannya adalah dengan menampilkan dirinya dengan suatu cara tertentu.

Cara ataupun teknik yang digunakan untuk mendapatkan impresi tertentu ada beragam. Salah satunya adalah *performance*. *Performance*, atau yang secara harfiah diartikan sebagai pertunjukan, didefinisikan oleh Goffman (2020) sebagai segala aktivitas yang dilakukan oleh individu ketika ia sedang menunjukan dirinya di depan sekelompok pengamat, yang mana aktivitas tersebut mampu memberikan pengaruh pada para pengamat tersebut. *Performance* ini memiliki beberapa bagian, seperti *setting* atau latar dan segala peralatan yang menunjang dibalik apa yang ditampilkan, *appearance* atau

stimulus yang menandakan status sosial dari individu, dan *manner* atau stimulus-stimulus yang menandakan peran yang dibawa oleh individu (Goffman, 2020). Hal-hal inilah yang kemudian berusaha ditampilkan dengan cara tertentu oleh individu.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat terlihat bahwa ketika membicarakan tentang representasi pelajar Inggris dalam video komunitas StudyTube, maka hal yang dimaksud adalah melihat bagaimana video komunitas StudyTube menggunakan bahasa, tanda, gambar, ataupun bentuk-bentuk lain yang mewakili atau merepresentasikan pelajar Inggris untuk berkata tentang pelajar Inggris atau untuk merepresentasikan pelajar Inggris secara bermakna kepada audiensnya. Selain itu, perlu diingat bahwa terkait dengan representasi, realita yang ditampilkan tidak akurat seperti refleksi. Video-video ini pun merupakan bentuk dari representasi diri yang berarti terdapat kecenderungan bahwa para StudyTuber menampilkan diri mereka sedemikian rupa untuk mendapatkan umpan balik yang mereka inginkan.

1.5.3 Budaya Akademik dan Nilai-Nilai tentang Pelajar Inggris

Salah satu hal yang dapat direpresentasikan dalam media adalah pelajar. Pelajar, mengacu pada definisi yang diberikan oleh Cambridge Dictionary pada kata '*student*', adalah orang yang sedang menempuh pendidikan di sekolah, perguruan tinggi, ataupun universitas. Definisi kata '*student*' (yang berarti 'pelajar' dalam Bahasa Indonesia) pada Cambridge Dictionary memang berbeda dengan definisi kata 'pelajar' pada Kamus Besar Bahasa Indonesia

(KBBI). Menurut KBBI, pelajar diartikan sebagai siswa, anak didik, murid, atau anak sekolah. Terutama yang tengah mengenyam pendidikan di sekolah dasar dan sekolah lanjutan. Dari hal ini dapat terlihat bahwa orang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi ataupun universitas tidak dapat digolongkan sebagai ‘pelajar’ jika mengacu pada definisi yang diberikan KBBI. Meski begitu, penelitian ini memiliki video StudyTube sebagai objek penelitiannya. Penjelasan lebih lengkap mengenai StudyTube dipaparkan pada sub bab berikutnya, namun sebelumnya perlu diketahui bahwa StudyTube merupakan sebuah fenomena global, tidak terbatas pada Indonesia saja. Selain itu, para StudyTuber seringkali memakai kata ‘*student*’ tidak hanya untuk pelajar SD, SMP, dan SMA saja, namun juga untuk mahasiswa. Oleh karena itu, kata ‘pelajar’ pada penelitian ini lebih mengacu pada definisi yang diberikan oleh Cambridge Dictionary.

Komunitas StudyTube menjadi sebuah komunitas daring dimana pelajar-pelajar dapat berdiskusi tentang berbagai hal di bidang pendidikan, seperti *top tips* dan metode-metode terkait dunia akademik (Robson, 2019; Young, 2020). Para pelajar yang tergabung dalam komunitas StudyTube ini pun berasal dari berbagai negara. Jasmine Shao, misalnya, yang merupakan seorang mahasiswi di University of California, Los Angeles pemilik saluran YouTube Studyquill. Ada pula StudyTuber Suzlnne, seorang warga negara Korea Selatan yang mendokumentasikan kehidupannya sebagai pelajar selama di perguruan tinggi. Di Indonesia pun terdapat beberapa StudyTuber. Salah satunya yaitu Aqila

Raina, pemilik saluran YouTube Qelstudy yang mengunggah video-video keseharian pelajar, koleksi alat tulis dan gawai, hingga Study with Me.

Meski begitu, walau pelajar yang tergabung dalam komunitas StudyTube berasal dari berbagai negara, Young (2020) menyebutkan bahwa komunitas ini dipopulerkan oleh pelajar-pelajar dari Inggris. Beberapa StudyTuber kebangsaan Inggris pun dikatakan sebagai pionir dari komunitas ini. Contohnya Ruby Granger dan Jade Bowler (Knight, 2019; *UnJaded Jade*, n.d.).

Pelajar di Inggris pun memiliki suatu budaya akademik tertentu. Mengutip dari situs UKCISA atau UK Council for International Student Affairs (2020), meskipun dapat berbeda untuk tiap mata pelajaran, tingkat pendidikan, dan jenis institusi, terdapat sejumlah kecenderungan pada budaya akademik di Inggris. Pertama, pelajar seringkali belajar secara mandiri atau belajar sendiri dalam jangka waktu lama. Baik itu saat mengerjakan tugas ataupun mempelajari suatu materi. Kedua, pelajar diharapkan mampu menilai sesuatu secara kritis, seperti misalnya menganalisis apakah suatu hal logis dan terbukti. Ketiga, pelajar banyak menggunakan pendekatan kritis dalam belajar. Artikel *The Academic Culture of Britain: What You Should Know* (2018) juga menyebutkan beberapa budaya lain, seperti kerja kelompok dan tugas membaca bacaan tambahan. Meski sistem belajar mandiri merupakan hal yang utama dalam pembelajaran, pelajar di Inggris pun cukup sering melakukan berbagai kolaborasi atau kerja kelompok dengan pelajar lain. Pelajar di Inggris juga diminta membaca berbagai publikasi terkait dengan pelajaran yang

mereka ikuti, diluar dari bahan bacaan yang memang telah diwajibkan. Selain kegiatan belajar mandiri dan kerja kelompok, kegiatan akademik lain yang dijalani pelajar di Inggris antara lain mengikuti kelas, berpartisipasi dalam seminar, mengikuti tutor, lokakarya, pelatihan tempat kerja, hingga mengerjakan tugas dan menjalani ujian (UKCISA, 2020).

Ujian-ujian yang dikerjakan oleh para pelajar di Inggris memiliki tingkat kesulitan yang tinggi (“School System ‘Test-Obsessed,’” 2008; Hanton, 2016). Laporan dari Cambridge juga menyebutkan bahwa ujian yang dikerjakan oleh pelajar di Inggris tergolong lebih banyak daripada ujian di negara lain (“School System ‘Test-Obsessed,’” 2008). Menurut Hanton (2016), pelajar di Inggris melaksanakan ujian pertama mereka di usia 4 tahun, guna memprediksi nilai mereka di tingkat 6 nantinya. Para pelajar tersebut kembali melaksanakan ujian di usia 6 tahun dan akan melaksanakan ujian yang sama ketika mencapai tingkat 6. Bahkan, para pelajar telah dilatih untuk ujian akhir sekolah menengah ketika mereka baru memasuki tingkat 7. Ujian yang harus dikerjakan ini pun dikatakan memiliki level yang tinggi (*high pressure*) (“School System ‘Test-Obsessed,’” 2008).

Tidak sekedar mengerjakan ujian-ujian level tinggi ini, pelajar-pelajar di Inggris umumnya juga didorong untuk bisa sukses dan mendapat nilai tinggi. Alhasil, pendidikan di sekolah cenderung lebih berfokus pada cara untuk bisa mengerjakan soal-soal dan mendapat hasil bagus (*Leading Article: The Obsession with Results Harms Children’s Education*, 2008; Harding, 2017). Hal ini dikarenakan sekolah memiliki keinginan meningkatkan statistik

performa hasil ujian sekolah mereka (*Leading Article: The Obsession with Results Harms Children's Education*, 2008). Cara-cara yang dilakukan sekolah untuk mendapat nilai tinggi salah satunya adalah dengan melatih pelajar tanpa henti untuk bisa mengerjakan soal dengan benar dan meningkatkan nilai mereka. Hanton (2016) menyebutkan cara lain, dimana pelajar di Inggris seringkali didikte terkait hal yang harus dilakukan untuk bisa sukses dalam ujian. Pelajar mendapatkan arahan detail terkait apa yang perlu ditulis di kertas soal. Pelajar pun diajarkan jawaban pasti untuk soal-soal tertentu, guna memastikan mereka menjawab soal itu dengan benar. Dikarenakan oleh cara ini, alih-alih untuk mendapat edukasi, tujuan pelajar menghadiri sekolah akhirnya hanya sebatas untuk bisa lulus ujian dan mendapat nilai tinggi (Hanton, 2016). Meski cara yang dilakukan ini mampu meningkatkan prestasi akademik pelajar, Harding (2017) mengatakan bahwa obsesi dan perilaku yang lebih mementingkan hasil ujian ini akhirnya membahayakan pendidikan para pelajar.

Obsesi akan nilai ini pun tidak hanya terjadi pada pelajar-pelajar di Inggris. Romanowski (2004) menjelaskan bahwa sebagian besar pelajar, terutama pelajar tingkat akhir, terobsesi untuk mendapatkan nilai bagus dan mereka berusaha mati-matian untuk mencapai skor A yang diidam-idamkan. Para pelajar pun tanpa henti berlomba-lomba untuk mendapatkan pencapaian dan nilai yang bagus. Romanowski (2004) menyebutkan beberapa hal yang mendasari obsesi ini pada diri pelajar. Mulai dari kekhawatiran pelajar akan penerimaan di perguruan tinggi atau pemberian beasiswa, ketakutan bahwa

nilai mereka akan menjadi lebih rendah dari apa yang diharapkan, hingga adanya kecenderungan untuk menghargai diri berdasarkan nilai yang diperoleh. Alasan lain yang juga mendasari obsesi ini adalah kecenderungan sekolah-sekolah, utamanya perguruan tinggi, untuk lebih menghargai pelajar yang memiliki nilai tinggi (Astin dalam Harrison, 2018; Astin dalam Lang, 2017). Adanya sistem yang hanya mengizinkan pelajar yang memiliki nilai bagus untuk bisa diterima di suatu sekolah menjadikan obsesi ini terus berlanjut. Tidak hanya dari dalam diri pelajar dan dari sekolah-sekolah, obsesi akan nilai tinggi ini pun tertanam di masyarakat. Sriram (2018) mengatakan bahwa masyarakat saat ini begitu terobsesi pada konsep akan kepintaran. Hal ini ditunjukkan oleh berbagai hal. Mulai dari orang tua yang ingin tahu apakah anak mereka pintar, hingga perusahaan-perusahaan yang ingin tahu apakah mereka mempekerjakan orang-orang terpintar (Sriram, 2018).

Pada masyarakat Inggris pun, penghargaan masyarakat atas kepintaran dapat terlihat dari bagaimana orang yang merupakan lulusan dari sekolah-sekolah ternama mampu menempati posisi-posisi elit. The Sutton Trust & Social Mobility Commission (2019) mendefinisikan posisi elit sebagai posisi penting dan bergengsi yang memiliki upah tinggi. Riset kemudian menunjukkan bahwa profesi-profesi terbaik di Inggris didominasi oleh alumni dari sekolah-sekolah ternama (The Sutton Trust & Social Mobility Commission, 2019). Profesi yang dianggap terbaik ini seperti anggota parlemen, hakim, jurnalis, hingga diplomat. Sementara itu, sekolah-sekolah ternama tersebut antara lain sekolah swasta berbayar dan dua universitas paling bergengsi di Inggris, yaitu

Oxford dan Cambridge. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat terlihat bagaimana sekolah yang dihadiri pelajar mampu berpengaruh pada status sosial pelajar itu. The Sutton Trust & Social Mobility Commission (2019) juga menyebutkan bahwa perguruan tinggi yang dihadiri seseorang mampu mempengaruhi kesempatannya pada pasar pekerjaan. Meski begitu, untuk bisa memasuki universitas ternama pun, pelajar tetap perlu berkompetisi. Terlebih pelajar dari sekolah negeri yang perlu bersaing dengan pelajar sekolah swasta yang memiliki peluang lebih besar untuk memasuki universitas terbaik dan memiliki lebih banyak sumber daya, fasilitas, dan tenaga pengajar berkualitas (The Sutton Trust & Social Mobility Commission, 2019). Hal inilah yang akhirnya menjadi salah satu alasan pelajar-pelajar di Inggris berlomba-lomba mendapatkan nilai tinggi, yaitu agar bisa masuk ke sekolah-sekolah ternama tersebut.

Selain obsesi pada nilai, hal lain yang juga ditemukan dalam kehidupan pelajar di Inggris adalah fenomena *toxic productivity* (Grigg, 2020; Wu, 2021; Daly, 2020). Wong (2021) mendefinisikan *toxic productivity* sebagai keinginan tidak sehat untuk bisa menjadi produktif setiap saat, bagaimanapun caranya. Keinginan ini membuat seseorang merasa harus terus berkegiatan, bekerja lebih keras, dan melakukan lebih tanpa memedulikan sekeras apapun ia telah berusaha. Keinginan ini kemudian membuat seseorang membanding-bandingkan diri dengan orang lain, serta memunculkan rasa malu, bersalah, dan perasaan tidak berharga. Terutama dengan adanya masyarakat yang

menuntut anggota agar tetap produktif, untuk nantinya dijadikan standar kesuksesan atau kegagalan (Plotnikof dan Utoft, 2021).

Esquer dalam Wong (2021) menyebutkan bahwa banyak orang terjebak *toxic productivity* di tengah pandemi COVID-19. Pandemi yang memunculkan *toxic productivity* atau keinginan berlebihan untuk menjadi produktif ini pun disebutkan oleh Plotnikof dan Utoft (2021) dan Utoft (2020). Meski begitu, *toxic productivity* sebenarnya sudah ada sejak sebelum pandemi COVID-19. Fenomena *toxic productivity* ini berasal dari budaya sibuk atau *hustle culture*, yaitu obsesi masyarakat untuk terus berjuang tanpa henti dan tanpa memperhatikan kesenangan (Grigg, 2020; Wu, 2021). Istilah '*toxic productivity*' ini pun merupakan pengembangan dari istilah *workaholism* atau gila kerja yang sebelumnya sudah ada di masyarakat (Wong, 2021).

Toxic productivity ini dapat ditemukan di tengah-tengah pelajar di Inggris. Misalnya saja di Oxford University yang disebut oleh Grigg (2020) sebagai pusat dari *hustle culture*, dimana kehidupan di dalamnya ditentukan oleh kalender akademik dan sosialnya yang intens. Kesibukan yang berlebih dijadikan tanda kesuksesan di sana, dan pelajar-pelajarnya pun akan menghukum diri sendiri jika bekerja kurang keras dan akan membual tentang bekerja sampai dini hari (Grigg, 2020). Hal ini juga dapat ditemukan di institusi pendidikan yang lain. Daly (2020) menjelaskan bahwa pelajar di Cambridge University menilai diri mereka berdasarkan kemampuan menyelesaikan sesuatu dan mereka tidak pernah berhenti berkegiatan, baik itu belajar atau ekstrakurikuler. Budaya di sana menciptakan standar tinggi yang dianggap

menekan para pelajarnya, serta membuat mereka sulit beristirahat dan merefleksikan diri, akibat adanya kewajiban untuk memenuhi ekspektasi orang lain (Daly, 2020). Begitu pula di wilayah lain di Inggris. Wu (2021) mengatakan bahwa pelajar di Dunham masih mampu menyeimbangkan antara belajar, bekerja, dan bermain. Meski begitu, tetap ada pelajar-pelajar yang merasakan tekanan untuk terus sibuk dan terjebak pada obsesi akan produktivitas (Wu, 2021).

Terdapat berbagai alasan yang mendasari munculnya *toxic productivity* pada pelajar. Mulai dari meningkatnya kompetisi di dunia pendidikan, tuntutan untuk menjadi sempurna dan sukses dalam segala aspek, hingga adanya masyarakat yang menilai seseorang berdasarkan apa yang mereka hasilkan (Curtin, 2021). Contohnya saja, alih-alih menilai kegigihan, seseorang justru dinilai berdasarkan apakah ia mendapat nilai bagus atau tidak. Selain itu, media sosial, rasa takut akan kegagalan, dan rasa cemas akan masa depan juga berperan dalam kemunculan *toxic productivity* (Simeone, 2021). Hal inilah yang menyebabkan pelajar merasa harus terjaga dan belajar keras selama berjam-jam, bukan karena kebutuhan, namun sekedar karena ingin produktif (Simeone, 2021).

Bagian-bagian dari kehidupan pelajar inilah yang kemudian ditampilkan dalam beragam media, termasuk video komunitas StudyTube. Melalui video-video yang dibagikan, komunitas StudyTube menggunakan bahasa, tanda, gambar, ataupun bentuk-bentuk lain yang mewakili atau merepresentasikan pelajar untuk berkata tentang pelajar atau untuk merepresentasikan pelajar

secara bermakna kepada audiensnya. Melalui video-video ini pula kemudian komunitas StudyTube mempertukarkan seperangkat makna yang menentukan bagaimana pelajar dan ritual belajar yang ‘seharusnya’.

1.5.4 Komunitas StudyTube sebagai Komunitas Belajar Virtual di YouTube

Komunitas StudyTube merupakan salah satu dari berbagai komunitas virtual yang dapat ditemukan dewasa ini. Komunitas virtual adalah sebuah konsep yang sedang berkembang di dunia maya dan juga dikaji oleh berbagai bidang keilmuan. Rheingold dalam Ellis et al. (2005) mendefinisikan komunitas virtual sebagai suatu perkumpulan sosial yang tumbuh di internet ketika sejumlah orang hadir untuk mendiskusikan suatu persoalan yang sama dalam jangka waktu yang cukup lama untuk kemudian muncul afeksi antara satu dengan yang lain, hingga akhirnya membentuk suatu jaringan hubungan personal di dunia maya. Komunitas virtual juga didefinisikan oleh Stolterman et al. (1999) sebagai entitas sosial berisikan sekelompok orang yang saling berhubungan dan berusaha mencapai sesuatu, yang menggunakan suatu bentuk teknologi informasi baru sebagai medianya.

Kemunculan komunitas virtual ini menimbulkan adanya perubahan interpretasi terhadap konsep komunitas. Stolterman et al. (1999) menyebutkan bahwa dalam masyarakat tradisional, komunitas erat kaitannya dengan kedekatan secara geografis atau suatu ketergabungan dalam suatu organisasi. Meski begitu, Stolterman et al. (1999) menambahkan, konsep virtual pada komunitas ini kemudian menghilangkan aspek-aspek tersebut. Maka dari itu,

tidak seperti komunitas tradisional yang mana benar-benar nyata, komunitas virtual ini hanya terdengar, terlihat, dan terasa nyata meskipun sebenarnya tidak demikian.

Pada komunitas virtual, hal yang dianggap penting adalah informasi. Rheingold dalam Ellis et al. (2005) menjelaskan bahwa anggota dari suatu komunitas virtual umumnya membagikan suatu informasi secara cuma-cuma untuk anggota-anggota lain, bukan untuk mengharapkan imbalan langsung, namun lebih kepada harapan akan terjadinya pertukaran. Hal ini dikarenakan oleh telah adanya pemahaman umum di dalam komunitas virtual bahwa apabila anggota yang sebelumnya membagikan informasi tersebut membutuhkan bantuan yang serupa, anggota komunitas yang lain bisa hadir membantunya. Meski begitu, dalam komunitas yang memungkinkan siapa saja yang memiliki akses internet untuk berpartisipasi ini, ada pula anggota yang tidak memberikan kontribusi apa-apa dan hanya mengambil manfaat yang diberikan (Ellis et al., 2005).

Selain informasi, Ellis et al. (2005) menyebutkan faktor-faktor lain yang menguatkan dan memberikan alasan bagi pengguna internet untuk bergabung dengan komunitas virtual. Salah satunya adalah adanya kepuasan dari mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari anggota-anggota lain. Walaupun relasi antar anggotanya tidak sekuat komunitas nyata, komunitas virtual mampu menyediakan akses kepada jaringan yang lebih luas. Selain itu, pada komunitas virtual anggotanya bisa memutuskan apakah mereka hendak bersedia mengungkapkan identitas mereka atau tidak. Alhasil, tidak seperti

pada komunitas nyata, pada komunitas virtual anggota-anggotanya mampu berinteraksi dan membangun relasi tanpa perlu terhambat oleh hal-hal seperti ras, umur, gender, ataupun kelas sosial. Karakteristik dari komunitas virtual yang sosial dan suportif inilah yang kemudian membuat individu-individu tertarik untuk bergabung dengan komunitas virtual (Ellis et al., 2005).

Komunitas StudyTube adalah salah satu dari berbagai komunitas virtual yang ada. StudyTube merupakan gabungan dari kata “*Study*” yang berarti belajar dan “*YouTube*”. Young (2020) mendefinisikan StudyTube sebagai suatu wadah dimana pelajar-pelajar dapat berdiskusi tentang *top tips* dan metode-metode terkait dunia akademik, yang mana anggotanya adalah konten kreator - konten kreator di media sosial yang menggunakan video-video YouTube untuk menjangkau satu sama lain. Selain itu, komunitas StudyTube ini juga didefinisikan oleh Robson (2019) sebagai komunitas daring yang bergerak di bidang pendidikan. Dari definisi-definisi tersebut kemudian dapat disimpulkan bahwa komunitas StudyTube merupakan sebuah komunitas virtual yang membagikan video-video dengan topik terkait dunia pendidikan dan bergerak melalui YouTube. Sebagai sebuah komunitas virtual, StudyTube menjadi suatu perkumpulan sosial yang tumbuh di internet dengan menggunakan suatu bentuk teknologi informasi baru sebagai medianya, yaitu YouTube, dimana sejumlah orang yang merupakan YouTuber pelajar hadir untuk mendiskusikan suatu persoalan yang sama, yaitu tema dunia pendidikan seperti kegiatan belajar, ujian, sekolah, universitas, dan produktivitas (Sharma, 2019; Watts, 2021).

Konten kreator yang tergabung ke dalam komunitas ini disebut juga dengan StudyTuber. Robson (2019) mendeskripsikan StudyTuber sebagai orang-orang yang mendokumentasikan pengalaman-pengalaman akademik mereka, dengan area bahasan yang umumnya meliputi pengalaman mendapatkan nilai A atau pengalaman belajar di universitas. Video-video yang juga diunggah oleh komunitas ini antara lain video-video tentang kehidupan pelajar, rutinitas belajar, barang-barang yang digunakan oleh pelajar, hingga *tips & trick* terkait dunia akademik. Selain membagikan video di saluran masing-masing, para StudyTuber pun dapat ditemukan melakukan kolaborasi dengan satu sama lain. Beberapa diantaranya pun berkumpul untuk membuat sinier, seperti sinier “The Wooden Spoon” yang direkam oleh StudyTuber Eve Cornwell, Ruby Granger, Unjaded Jade, dan Jack Edwards di tahun 2019.

Young (2020) berargumen bahwa alasan komunitas StudyTube ini mengalami perkembangan adalah karena adanya konsep bahwa dengan menonton orang lain belajar di hadapannya, seorang individu bisa mendapatkan percikan motivasi, yang kemudian meningkatkan performa belajar individu tersebut secara keseluruhan. Argumen tersebut ditambahkan dengan pernyataan bahwa terdapat beberapa siswa yang memang menjadi unggul dalam kehidupan akademik mereka setelah menonton video-video komunitas ini. Selain itu, Young (2020) mengungkapkan bahwa alasan komunitas ini mengalami perkembangan adalah karena adanya rasa keterkaitan yang dirasakan oleh sesama pelajar ketika menonton video-video ini. Terlebih lagi apabila video-video yang ditonton tersebut dibuat secara transparan.

Di lain sisi, terdapat pula hal-hal yang perlu diwaspadai terkait dengan video-video StudyTube. Dengan adanya video-video ini, pelajar yang menonton kemudian muncul dengan kecenderungan untuk Young (2020) menjelaskan bahwa suatu unggahan tertentu mampu membentuk suatu koneksi simbolik dan psikologis pada diri audiensnya. Pada hal ini, para pelajar yang menontonnya kemudian menjadi bergantung pada video-video StudyTube untuk berbagai aspek pada kehidupan pendidikan mereka. Penonton tersebut kemudian melupakan fakta bahwa unggahan video ini merupakan bentuk representasi dari diri para StudyTuber, dan terkait dengan representasi, realita yang ditampilkan tidak akurat seperti refleksi di depan cermin (Hall, 1997). Young (2020) mengungkapkan bahwa dalam dunia maya, tidak sedikit representasi bersifat artifisial sehingga tidak seharusnya bergantung pada hal-hal itu, terutama ketika berhubungan dengan sesuatu yang personal seperti kehidupan akademik.

1.5.5 Semiotika John Fiske dalam Video YouTube

Menurut Ida (2014), semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang bahasa dan bagaimana bahasa tersebut memberi pengaruh dalam membentuk persepsi dan pikiran individu akan dunia. Selain itu, semiotika juga didefinisikan oleh Wibowo (2013) sebagai ilmu yang mengkaji objek-objek, peristiwa-peristiwa, dan seluruh kebudayaan sebagai tanda. Analisis semiotika dapat digunakan bagi peneliti-peneliti yang berusaha untuk mengungkap makna yang tersembunyi di balik teks. Semiotika ini pun dapat menjadi alat

untuk menganalisis dan memahami gambar, objek, atau ide-ide yang asing dan tidak biasa, sehingga hal-hal tersebut tidak ditelan begitu saja.

Kata semiotika berasal dari kata berbahasa Yunani, “*semeion*”, yang berarti tanda atau suatu hal yang berdasarkan kesepakatan sosial berdiri untuk mewakili atau menunjuk pada sesuatu yang lain. Tanda ini juga merupakan dasar dari seluruh komunikasi (Littlejohn dalam Wibowo, 2013). Semiotika pun memiliki 2 jenis, yaitu semiotika komunikasi dan signifikasi (Umberto Eco dalam Wibowo, 2013). Semiotika komunikasi memberi penekanan pada produksi tanda, sementara semiotika signifikasi memberikan penekanan pada pemahaman atas tanda atau kognisi dari di penerima.

Salah satu peneliti yang hadir dengan model semiotikanya adalah John Fiske. Model semiotika dari John Fiske ini merupakan model yang dapat digunakan untuk memahami fungsi teks dan juga memahami aspek-aspek yang perlu dilihat ketika melakukan analisis terhadap suatu produk audio visual (Rahmalia, 2019). Video YouTube misalnya. Hal itu pun terlihat dari bagaimana model semiotika John Fiske ini bermula dari pengamatannya tentang produk-produk televisi. Atas dasar alasan inilah peneliti memutuskan untuk menggunakan metode analisis semiotika John Fiske pada penelitian ini.

Dalam bukunya yang berjudul “*Television Culture*”, John Fiske membahas mengenai kode-kode televisi atau yang oleh berbagai peneliti disebut juga sebagai kode-kode sosial (*social codes*). Kode, menurut Fiske (1987), merupakan sistem tanda yang diatur oleh peraturan-peraturan yang telah dipahami oleh anggota-anggota suatu budaya, dan digunakan untuk

memproduksi dan mempertukarkan makna di dalam lingkupan budaya tersebut. Kode-kode ini kemudian dirumuskan oleh Fiske (1987) ke dalam suatu struktur hierarki yang disusun atas tingkatan kejelasannya. Struktur ini dibentuk ke dalam 3 level seperti berikut:

1. Level satu: Realita

Pada level ini suatu objek, fenomena, atau unsur-unsur lain yang ada pada realita dikodekan oleh kode-kode sosial seperti *appearance* (penampilan), *dress* (pakaian), *make-up* (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (perilaku), *speech* (ujaran), *gesture* (gerak-gerik), dan *expression* (ekspresi), *sound* (suara). Melalui level ini, Fiske menjelaskan bahwa realita-realita yang dilihat oleh masyarakat bukanlah realita yang mentah atau apa adanya melainkan realita yang telah dikode-kodekan oleh budaya. Pada video YouTube, aspek-aspek level realita ini dapat ditemukan misalnya pada pakaian yang digunakan sosok dalam video tersebut, lingkungan tempat sosok itu ditampilkan, ujaran yang dikeluarkan oleh sosok tersebut, hingga ekspresi yang dibuat. Aspek-aspek inilah yang kemudian dapat dimaknai oleh audiensnya.

2. Level dua: Representasi

Pada level ini unsur-unsur yang sudah dikodekan secara sosial tersebut kemudian dikodekan lagi secara elektronik oleh kode-kode teknis, seperti *camera* (kerja kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (penyuntingan), *music* (musik), dan *sound* (suara). Melalui level ini, Fiske menjelaskan bahwa ketika realita yang telah dikodekan secara sosial dimasukan ke dalam

suatu produk media, realita tersebut akan mengalami pengkodean lagi secara teknis. Hal ini dilakukan agar audiens dari produk media tersebut dapat memahami apa yang berusaha disampaikan oleh pembuat. Sementara itu, di dalam video YouTube, aspek-aspek level representasi ini dapat ditemukan misalnya pada pencahayaan yang digunakan dalam video itu maupun musik yang ditambahkan ke dalam video itu. Aspek-aspek ini jugalah yang berikutnya dapat dimaknai oleh audiensnya.

3. Level Tiga: Ideologi

Pada level ini, ideologi-ideologi diorganisasikan ke dalam kode-kode yang koheren dan diterima oleh masyarakat. Ideologi-ideologi tersebut bisa seperti individualisme atau kapitalisme. Fiske memberikan contoh tentang bagaimana ideologi terkait patriarki diorganisasikan ke dalam kode-kode dengan menampilkan bagaimana sosok perempuan terlihat lebih bodoh dibanding laki-laki. Sementara itu, di dalam video YouTube, level ideologi ini dapat ditemukan dengan melihat bagaimana kode-kode yang ditampilkan dalam video tersebut mengorganisasikan ideologi tertentu.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut Sugiyono (2015) merupakan pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat post-positivisme, dengan peneliti sebagai instrumen kunci yang meneliti objek yang alamiah, dan menggunakan analisis bersifat induktif untuk

mendapatkan hasil yang lebih menekankan pada makna alih-alih melakukan generalisasi. Dengan begitu, pada penelitian ini realitas sosial dilihat sebagai sesuatu yang kompleks dan penuh dengan makna. Peneliti pun, dengan bekal wawasan dan teori, berusaha untuk mengajukan pertanyaan dan melakukan analisis terhadap realitas sosial tanpa melakukan manipulasi atau mempengaruhi objek yang diteliti dengan keberadaannya. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti melihat video-video komunitas sebagai suatu realitas sosial yang penuh dengan makna dan kompleks. Maka dari itu, peneliti tidak berusaha untuk melakukan generalisasi melainkan berusaha menekankan pada makna atau data yang ada pada tanda dan lambang yang digunakan dalam video-video tersebut.

1.6.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang berusaha untuk memberikan gambaran terkait suatu subjek atau objek penelitian secara objektif (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Selain itu, masih dalam Zellatifanny & Mudjiyanto (2018), tipe penelitian ini pun memungkinkan peneliti untuk menggambarkan karakteristik suatu keadaan, gejala, maupun variabel secara tepat dan apa adanya, dengan mengumpulkan informasi terkait status keadaan, gejala, maupun variabel tersebut. Maka dari itu, peneliti memilih untuk menggunakan tipe deskriptif ini untuk memaparkan seperti apa representasi pelajar Inggris dalam video komunitas StudyTube.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian didefinisikan sebagai cara ilmiah yang digunakan dalam kegiatan memperoleh data untuk suatu tujuan dan kegunaan (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah analisis semiotika dari John Fiske. John Fiske (1987) mengungkapkan bahwa fenomena-fenomena yang telah ditayangkan pada sebuah media audio visual telah diubah ke dalam bentuk kode-kode yang oleh para peneliti disebut sebagai *social codes* atau kode-kode sosial. Kode-kode ini dibagi ke dalam tiga level. Level pertama disebut dengan level realitas, level kedua adalah level representasi, dan level yang ketiga merupakan level ideologi. Ketiga level dari kode-kode sosial yang kemudian disebut juga dengan *three-level social codes* ini dinilai sesuai untuk mengkaji tanda-tanda yang berkaitan dengan studi representasi pada media (Rahmalia, 2019). Selain itu, meski awalnya dibuat untuk melakukan analisis semiotika terhadap produk televisi, namun metode telah digunakan untuk menganalisis berbagai produk-produk audio visual lain. Termasuk diantaranya video-video YouTube. Atas dasar alasan-alasan tersebutlah metode analisis semiotika John Fiske ini kemudian dipilih dalam penelitian ini.

Peneliti kemudian menggunakan metode analisis semiotika John Fiske untuk melihat representasi pelajar pada video komunitas StudyTube, dengan melalui 3 level yang ada. Wibowo (2013) menjelaskan level realitas sebagai tahapan dimana media mengonstruksi fenomena atau gagasan sebagai realitas

melalui bahasa gambar yang berkaitan dengan aspek-aspek seperti penampilan, lingkungan, perilaku, gerak-gerik, ekspresi, riasan, ujaran, pakaian, dan suara. Dengan begitu, pada tahap pertama ini, peneliti melakukan analisis dengan melihat aspek-aspek tersebut pada video StudyTube. Level kedua atau representasi, didefinisikan oleh Wibowo (2013) sebagai tahapan dimana realitas digambarkan melalui perangkat teknis. Maka dari itu, selanjutnya peneliti melakukan analisis dengan melihat dan mendeskripsikan aspek-aspek seperti kerja kamera, teknik pencahayaan, penyuntingan, serta musik. Sementara itu level ketiga merupakan tahapan dimana fenomena atau gagasan yang ada dikoneksikan dan disusun ke dalam norma atau standar yang telah diterima secara umum (Wibowo, 2013). Oleh karenanya, pada tahap ideologi ini, peneliti menghubungkan dan mengorganisasikan representasi-representasi pelajar Inggris pada video StudyTube dengan kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat Inggris.

1.6.4 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan nilai, sifat, ataupun atribut yang peneliti tetapkan untuk dikaji serta diambil kesimpulannya (Sugiyono dalam Komalasari, 2017). Objek penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah video-video komunitas StudyTube. Video-video komunitas StudyTube itu kemudian difokuskan lagi kepada video-video yang diunggah oleh Ruby Granger dan Unjaded Jade. Peneliti memilih kedua StudyTuber tersebut karena mereka tergolong dalam “*big names*” atau *content creator* populer di

komunitas StudyTube (Sklar, 2020; Weir, 2020) dan mereka pun telah memiliki lebih dari 500 ribu pengikut (*subscribers*) di akun YouTube mereka. Untuk tiap StudyTuber peneliti mengambil 2 video dari daftar video-video paling populer mereka. Keempat video yang diambil pun mengandung kata kunci yang berkaitan dengan pelajar, seperti kata ‘sekolah’, ‘ujian’, dan ‘belajar’, di bagian judulnya.

Data Primer

Akun StudyTuber	Judul Tema	Tanggal Unggah	Jumlah Penonton (24 Maret 2022)
Ruby Granger	School Morning Routine Extremely Productive (6am)	17 Maret 2018	1.604.750
Ruby Granger	Study with Me 15 HOUR STUDY DAY (Study Motivation)	30 Desember 2017	2.433.192
Unjaded Jade	My Exam Diary 2018!! (an emotional rollercoaster)	28 Juni 2018	678.206
Unjaded Jade	Real Time Study with Me *with break* 2 Hours of Productivity and Motivation	1 Mei 2018	1.486.945

Tabel 1.1 Objek Penelitian, Sumber: Olahan Peneliti

Data Sekunder

Selain data primer, terdapat pula data sekunder yang digunakan sebagai sumber dasar teoritis dan penguat argumentasi peneliti. Data sekunder tersebut antara lain berupa artikel, jurnal, dan juga buku yang berkaitan dengan topik yang dibahas.

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis didefinisikan sebagai satuan yang diteliti dalam sebuah penelitian (Sugiyono dalam Umami, 2018). Unit analisis dari penelitian ini adalah aspek-aspek yang terdapat di dalam video-video komunitas StudyTube yang telah dipilih. Aspek-aspek yang dilihat didasarkan pada aspek-aspek yang dirumuskan oleh John Fiske pada model *three-level social codes*-nya. Menurut Fiske (1987), aspek-aspek yang bisa dianalisis itu terdiri dari:

1. Level Realitas

- a. Penampilan (*appearance*)
- b. Lingkungan (*environment*)
- c. Perilaku (*behaviour*)
- d. Gerak-gerik (*gesture*)
- e. Ekspresi (*expression*)
- f. Riasan (*make up*)
- g. Ujaran (*speech*)
- h. Pakaian (*dress*)
- i. Suara (*sound*)

2. Level Representasi

- a. Kerja Kamera (*camera*)
- b. Teknik Pencahayaan (*lighting*)
- c. Penyuntingan (*editing*)
- d. Musik (*music*)
- e. Suara (*sound*)

3. Level Ideologi

Aspek-aspek yang dikaitkan dengan nilai-nilai dominan tentang pelajar dalam masyarakat.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Data-data dari penelitian ini dikumpulkan dengan cara memilih video-video komunitas StudyTube yang dijadikan objek penelitian. Pemilihan tersebut dimulai dengan memilih 2 akun StudyTube yang video nya diteliti. Dua akun tersebut yang dipilih tersebut adalah akun Ruby Granger dan Unjaded Jade. Pemilihan ini didasarkan pada bagaimana 2 akun tersebut dikatakan tergolong sebagai “*big names*” atau *content creator* populer di komunitas StudyTube, yaitu Ruby Granger dan Unjaded Jade (Sklar, 2020; Weir, 2020). Dari setiap akun kemudian dipilih 2 video yang berkaitan dengan konsep pelajar dan termasuk ke dalam daftar video terpopuler mereka. Peneliti mengurutkan video-video pada kedua akun tersebut berdasarkan tingkat kepopuleran dengan menggunakan fitur yang tersedia di YouTube. Video-video yang menempati peringkat atas (paling populer) kemudian dilihat.

Video-video yang memiliki judul yang berkaitan dengan pelajar, seperti ‘sekolah’, ‘ujian’, dan ‘belajar’ kemudian dipilih. Mengikuti cara ini, akhirnya terpilihlah video “School Morning Routine || Extremely Productive (6am)” dan “Study with Me || 15 HOUR STUDY DAY (Study Motivation)” dari akun Ruby Granger, serta “My Exam Diary 2018!! (an emotional rollercoaster)” dan “Real Time Study with Me *with break* 2 Hours of Productivity and Motivation” dari akun Unjaded Jade. Selain itu, studi pustaka juga dilakukan untuk mengumpulkan data-data sekunder dari literatur-literatur yang ada, seperti buku, jurnal, dan artikel.

1.6.7 Teknik Pengolahan Data

Data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan cara menonton video-video komunitas StudyTube tersebut dan melakukan *screenshot* pada adegan-adegan yang merepresentasikan pelajar. Dokumentasi-dokumentasi tersebut kemudian dikumpulkan untuk dianalisis lebih lanjut.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Data-data yang telah diolah berikutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis semiotika dari John Fiske. Teknik analisis semiotika dari John Fiske (1987) ini menggunakan model *three-level social codes* dimana di dalamnya mengandung tiga level atau tahapan, yaitu realitas, representasi, dan ideologi. Pada tahap realitas, peneliti melakukan analisis dengan melihat

aspek-aspek level realitas, seperti lingkungan, perilaku, ujaran, hingga penampilan, pada kumpulan *screenshot* adegan dan mendeskripsikannya. Selanjutnya peneliti melakukan analisis dengan melihat dan mendeskripsikan aspek-aspek level representasi, seperti teknik pencahayaan hingga musik. Sementara itu pada tahap ideologi, peneliti menghubungkan dan mengorganisasikan representasi-representasi pelajar Inggris pada kumpulan *screenshot* adegan dengan kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat Inggris.