

ABSTRAK

YouTube merupakan sebuah media yang mengalami komodifikasi yaitu proses menjadikan sesuatu sebagai komoditi. Di satu sisi, komodifikasi terhadap YouTube terjadi pada kalangan konten kreator yang menjadi mitra untuk menghasilkan karya berupa konten-konten video yang kemudian disebut sebagai komoditi. Di sisi lain, peranan yang penting dalam terbentuknya komodifikasi juga berada pada konsumen sebagai pihak yang akan mengonsumsi komoditi tersebut. Pada tahap ini kapitalis memiliki kekuatan mendominasi dan mengarahkan selera konsumsi masyarakat sehingga terbentuk perilaku yang konsumtif yaitu mengonsumsi dalam intensitas yang tinggi dan menjadi kecanduan. Permasalahan di dalam studi ini dipahami dan dianalisis dengan menggunakan perspektif dari budaya populer melalui teori konsumsi - Jean Baudrillard dan teori gaya hidup – David Chaney. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dalam menentukan informan, memperoleh data dan menganalisis data. Wawancara mendalam dilakukan kepada informan penelitian yang sebelumnya telah ditentukan berdasarkan purposive sampling sebagai teknik penentuan informan penelitian. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terbentuknya perilaku konsumtif menonton YouTube pada kalangan mahasiswa di Surabaya adalah melalui tahapan simulakra, simulasi dan hiperrealitas. Proses konsumsi diawali dengan sebuah kebutuhan semu, kemudian terdapat aspek pendorong dan aspek penarik yang membentuk perilaku konsumtif. Selain itu, terbangunnya gaya hidup konsumtif di masyarakat mendorong terbentuknya perilaku konsumtif menonton YouTube yang diikuti dengan perilaku konsumsi sinergistik dan prosumen. Berdasarkan hasil temuan dan analisis data, penelitian ini kemudian membagi konsumen ke dalam dua bagian dibalik terbentuk perilaku konsumtif menonton YouTube yaitu *Productive viewers* yang masih memiliki preferensi pribadi dalam mengonsumsi YouTube dan *non-productive viewers* yang mutlak dipengaruhi kekuatan dominasi kapitalis.

Kata Kunci : YouTube, Budaya Populer, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup, Simulasi, Simulakra, Hiperrealitas

ABSTRACT

YouTube is a media that is experiencing commodification, the process of making something into a commodity. On the one hand, the commodification of YouTube occurs among creators content who are partners to produce works in the form of video contents which are then referred to as commodities. On the other hand, an important role in the formation of commodification also rests with consumers as those who will consume the commodity. At this stage, the capitalist has the power to dominate and direct the people's appetite for consumption so that consumptive behavior is formed which consumes at a high intensity and becomes addictive. The problems in this study are understood and analyzed using perspectives from popular culture through consumption theory and lifestyle theory. This study uses qualitative research methods in determining informants, obtaining data and analyzing data. In-depth interviews were conducted with research informants who had previously been determined based on purposive sampling as a technique for determining research informants. The results of this study found that the formation of consumptive behavior watching YouTube among students in Surabaya is through the stages of simulacra, simulation, and hyperreality. The consumption process begin with a pseudo needs, then there are the attractors and motivating aspects that shape consumer behavior. Besides, the development of consumptive lifestyles in the community encourages the formation of consumptive behavior watching YouTube that followed by synergistic consumption and prosumen behavior. Based on the findings and analysis of the data, this study then divides consumers into two parts behind the consumption behavior of YouTube watching, namely Productive viewers who still have personal preferences in consuming YouTube and non-productive viewers who are influenced by the power of capitalist domination.

Keywords: YouTube, Pop Culture, Consumptive Behavior, Lifestyle, Simulation, Simulacra, Hiperreality