

Persepsi Millenials terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Content Video Creative: Studi Deskriptif pada Pengguna Youtube di Kecamatan Tapian Dolok Kabupaten Simalungun

Yovaldi Prayogi¹, Muhammad Husni Ritonga²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial, Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara
yovaldi08@gmail.com¹

ABSTRACT

The world of creativity in Indonesia is increasingly developing. One of them is the development of creativity in Youtube content. Youtube as a new form of mass media in the development of increasingly sophisticated technology has a variety of viewers who fulfill their daily needs for information. This Youtube phenomenon has also given rise to new jobs such as those usually called Youtube users. The large number of Youtube users as a medium for creative video content gives rise to various perceptions for those who access it. This research aims to describe the perceptions of millennial generation Youtube users in Tapian Dolok District. By using qualitative research with a descriptive type. Based on the research results presented by researchers in the previous discussion, it can be concluded that there are two millennial perceptions of Youtube as a creative video content medium.

Keywords: Millennials, Perception, Youtube, Video Content

ABSTRAK

Dunia kreativitas di Indonesia semakin berkembang. Salah satunya adalah perkembangan kreativitas pada konten Youtube. Youtube sebagai salah satu bentuk baru media massa dalam pengembangan teknologi yang semakin canggih memiliki beragam pemirsa yang memenuhi kebutuhan sehari-harinya akan informasi. Dengan fenomena Youtube ini juga memunculkan pekerjaan baru seperti yang biasa disebut Youtube pengguna. Banyaknya pengguna Youtube sebagai media konten *video creative* memunculkan berbagai persepsi bagi yang mengaksesnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi bagi pengguna Youtube generasi millenials di Kecamatan Tapian Dolok. Dengan menggunakan Jenis Penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti pada pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan terdapat dua persepsi milenial terhadap Youtube sebagai media *content video creative*.

Kata Kunci: Milenial, Persepsi, Youtube, Content Video

PENDAHULUAN

Media massa adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media. Dalam kehidupan sehari-hari media massa mempunyai peranan penting dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. (Imami, 2017:1). Seiring dengan perkembangan teknologi, saat ini media massa telah

berkembang pesat dan tersedia dalam berbagai bentuk dan dapat diakses dengan mudah. Masyarakat di berbagai belahan bumi memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam pencarian informasi, salah satunya adalah media sosial Youtube (Chandra, 2017:407).

Pada era awal millenium internet merupakan media baru dalam kebutuhan akan penyediaan informasi bagi segelintir kelompok masyarakat di dunia. Media massa adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media. Dalam kehidupan sehari-hari media massa mempunyai peranan penting dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi, saat ini media massa telah berkembang pesat dan tersedia dalam berbagai bentuk dan dapat diakses dengan mudah. Masyarakat di berbagai belahan bumi memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam pencarian informasi, salah satunya adalah media sosial Youtube.

Menurut informasi dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, kalau Konsumen internet di Indonesia pada Januari 2022 terdapat sebesar 204, 7 juta jiwa. Tingkatan penekanan konsumen internet di Indonesia menggapai 73, 7 persen dari keseluruhan populasi pada dini tahun 2022. Informasi membuktikan kalau konsumen internet di Indonesia bertambah sebesar 2, 1 juta(+1, 0 persen) antara tahun 2021 serta 2022. Selaku cerminan, nilai konsumen ini mengatakan kalau 73, 05 juta orang di Indonesia tidak memakai internet.



Gambar 1. Data pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022

Youtube adalah salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat di seluruh dunia. Youtube merupakan sebuah situs web berbagi. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Namun dengan segala kemudahan dan banyaknya kegunaan melalui berbagai macam jenis video, Youtube juga memiliki kekurangan yang dapat merugikan penggunaannya. Seperti banyaknya informasi yang belum tentu kebenarannya. Pengguna Youtube sebaiknya memperhatikan dan memilih dengan bijak terhadap apa yang dikonsumsi melalui Youtube. Pemanfaatan Youtube dapat digunakan dengan mengunggah video-

video yang menunjukkan bakat, hobi, atau pun kegiatan yang dapat memberikan hal dan informasi positif bagi pengguna lainnya.

Menurut Baskoro dalam (Hayes, 2018:3) Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa 'gambar bergerak' dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Dengan kata lain Youtube adalah alat atau cara yang digunakan untuk menyampaikan materi dan berbagi informasi berupa gambar bergerak dan bersuara.

Youtube merupakan situs berbagi media (*media sharing*), yakni jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagai media, mulai dari video, audio, dan gambar. Youtube adalah media sosial yang mulai naik 6 tahun yang lalu. Popularitas Youtube semakin melejit dalam beberapa tahun terakhir. Aplikasi video milik induk Google ini terus mencatatkan peningkatan jumlah pengguna aktif di platformnya. Youtube didirikan pada tahun 2005 dan diakuisisi oleh Google setahun kemudian. Ini telah berkembang menjadi platform video *online* terbesar di dunia. Ini mencakup berbagai konten video yang dibuat oleh pengguna Youtube global, termasuk video petunjuk, video pendidikan, dan banyak lagi.

Berdasarkan dari data *Business of Apps* situs resmi Youtube telah memiliki lebih dari dunia telah mencapai 2,68 miliar pada kuartal I-2023. Dari jumlah tersebut, 139 juta pengguna Youtube berada di Indonesia. Jumlah ini tertinggi selama lebih dari satu dekade terakhir. Melejitnya jumlah pengguna Youtube dalam beberapa tahun terakhir dikarenakan platform video itu melakukan penyesuaian dengan kehadiran sejumlah fitur baru untuk menyaingi kompetitornya. Seperti fitur *Premium*, *live streaming*, hingga *Shorts*.

Berdasarkan hasil riset, penonton di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 59 menit setiap harinya di Youtube. Menurut hasil riset 92% pengguna internet Indonesia menyatakan Youtube adalah tujuan pertama mereka ketika mencari video. Dari segi kuantitas penonton, Youtube sudah menyaingi televisi sebagai sarana media yang paling sering diakses orang Indonesia. Dari 1.500 responden yang terlibat dalam penelitian, 53% menyatakan mengakses Youtube setiap hari, dan 57% menyatakan menonton televisi setiap hari.

Google mewakili Youtube menyampaikan hasil riset yang dilaksanakan bersama Kantar TNS tentang penggunaan di Indonesia PT. Kantar TNS Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang riset pasar dan informasi pasar. Berdasarkan hasil riset, penonton di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 59 menit setiap harinya di Youtube. 92% pengguna internet Indonesia menyatakan Youtube adalah tujuan pertama mereka ketika mencari video (Erik Fahron Setiadi, 2019). Makin cepatnya akses internet dan murahahnya piranti perekam video dianggap sebagai salah satu faktor yang membuat Youtube sangat populer (Mitasari, 2018) Youtube merupakan salah satu media sosial yang sangat populer didunia.

Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite, Pada tahun 2023, sebagian besar pengguna Youtube Millenials berusia 25 hingga 34 tahun, terhitung 20,70% dari total pengguna. Laki-laki terdiri dari 11,9% dari kelompok umur ini, sedangkan perempuan terdiri dari 8,8%. Untuk mendukung hal ini, 54,4% pengguna Youtube adalah pria, sedangkan 45,6% adalah wanita.

Secara garis besar dampak merebaknya penggunaan Youtube adalah masyarakat menggunakan Youtube untuk memanfaatkan kreativitas, dan ruang ekspresi diri, agar dapat berinteraksi dengan penonton sebagai bentuk komoditi yang dimanfaatkan oleh kreator untuk kepentingannya demi mendapatkan keuntungan berupa materiil dan popularitas.

Dunia kreativitas di Indonesia sekarang semakin berkembang, salah satunya adalah perkembangan kreativitas pada konten Youtube. Menurut Munandar dalam (Cecariyani, 2020) kreativitas adalah hasil interaksi antara individu dan lingkungannya, kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang sudah ada atau dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya baik itu lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat. Banyak pembuat video Youtube atau yang sering disebut Youtuber yang ramai-ramai bersaing kekreativitasan dalam membuat konten yang diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat. Kreativitas merupakan kunci utama dalam pembuatan konten, sadar tidak sadar ketika satu konten kreatif yang disukai banyak orang dibuat pasti ke depannya akan banyak yang membuat konten yang menyerupai dalam jangka waktu yang lama. Konten yang kreatif biasanya akan lebih banyak mendapatkan respon dari masyarakat.

Penelitian ini berfokus pada persepsi Masyarakat generasi Millenials yang ada di kecamatan Tapan Dolok terhadap penggunaan media sosial Youtube sebagai media konten video kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap penggunaan Youtube sebagai media konten video kreatif serta efek yang ditimbulkan.

Persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, pendengaran, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi, bukan pencatatan yang benar terhadap situasi (Ridwan, 2019)

Sugihartono (2017) mengemukakan bahwa persepsi merupakan kemampuan panca indera dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan yang memersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Berdasarkan berbagai definisi persepsi di atas, secara umum persepsi dapat didefinisikan sebagai proses pemberian makna, interpretasi dari stimuli dan sensasi yang diterima oleh individu, dan sangat dipengaruhi faktor-faktor internal maupun eksternal masing-masing individu tersebut.

Persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Manusia bersifat emosional, sehingga penilaian terhadap mereka mengandung risiko. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda-beda mengenai realitas disekelilingnya. Proses persepsi dapat dirumuskan sebagai teori rangsang balas, persepsi merupakan bagian dari keseluruhan yang dihasilkan tanggapan setelah rangsangan diterapkan kepada manusia. Sub proses psikologi lainnya mungkin adalah pengenalan, perasaan, dan penalaran.

Persepsi bersifat selektif. Atensi pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas terhadap rangsangan. Beberapa faktor internal yang mempengaruhi atensi individu, seperti faktor biologis (lapar, haus, dan sebagainya); faktor fisiologis (penglihatan, pendengaran, cacat tubuh, dan sebagainya); serta faktor sosial budaya (gender, agama, tingkat pendidikan, status sosial, pengalaman masa lalu, kebiasaan); dan bahkan faktor psikologis (kemauan, keinginan, motivasi, pengharapan, dan sebagainya).

Atensi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa atribut objek yang dipersepsi seperti gerakan, intensitas, kebaruan, dan perulangan objek yang dipersepsi. Setelah individu melakukan interaksi dengan objek-objek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu: persepsi positif yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya; dan persepsi negatif yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi dan akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang objek yang dipersepsikan. Semua menunjukkan bahwa persepsi sangat berkaitan dengan kesan. Beranjak dari itu, maka pengertian persepsi yang dikehendaki dalam penelitian ini adalah “mendeskripsikan persepsi bagi pengguna Youtube generasi Millenials di Kecamatan Tapian Dolok”.

METODE PENELITIAN

Penelitian Kualitatif menjadi dasar metode penelitian ini. Penelitian kualitatif deskriptif, karena bermaksud untuk memahami lebih dalam suatu objek yang memantau fenomena yang sedang terjadi dengan pencarian data dengan interpretasi yang tepat. Sumber data yang didapat yakni data primer dan data sekunder. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik Observasi, wawancara dan dokumentasi, serta bahan pustaka lainnya seperti jurnal, buku teks dan lainnya. Adapun informan penelitian ini adalah generasi Millenials di Kecamatan Tapian Dolok yang menggunakan sosial media Youtube secara aktif. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan teknik menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang

diperoleh nantinya bisa lebih representatif . Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2018) kredibilitas data dalam penelitian ini pengujiannya menggunakan Teknik triangulasi dalam uji kredibilitas sebagai upaya pemastian data dari berbagai sumber, Teknik dan waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Milenial Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai *Media Content Video Creative*

Youtube saat ini telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Bagaimana tidak, Youtube sangat memenuhi kebutuhan akan informasi, pengetahuan, hiburan dan berbagai hal lain yang sangat diperlukan oleh masyarakat dunia maya. Youtube selain sebagai platform penyedia video informasi dan pengetahuan juga menjadi sarana penyuplai video-video *creative* yang diunggah oleh para pengguna Youtube itu sendiri, para pengguna Youtube inilah yang disebut dengan *content creator*.

Content creator pada umumnya kemudian berlomba-lomba menciptakan video sekreatif mungkin agar dapat diterima oleh masyarakat dunia maya. Konten-konten yang mereka sajikan tentunya haruslah memberikan wawasan pengetahuan dan informasi yang bisa diterima masyarakat secara positif, namun seiring berjalannya waktu sebagian dari mereka *content creator* hanya mencari keuntungan pribadi melalui video yang mereka unggah. Hal inilah yang memungkinkan banyaknya timbul persepsi atau pandangan masyarakat terkhususnya pada kaum milenial tentang Youtube itu sendiri baik secara positif maupun negatif.

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang Persepsi Milenial Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai *Media Content Video Creative* yang mengacu pada indikator tentang Persepsi Positif dan Persepsi Negatif menurut Irwanto dalam (Marbun, 2019:25), yaitu:

1. Persepsi Positif

Persepsi Positif mengacu pada hal-hal yang mencakup pandangan seseorang terhadap objek yang dipersepsikan secara positif. Dengan kata lain seseorang atau individu tersebut secara tidak langsung menstimulus dirinya untuk menerima objek yang di persepsikan, objek tersebut bisa meliputi pengetahuan ataupun informasi. Sebagaimana yang disampaikan oleh saudari Adelita Khairani:

"Menurut saya, Youtube adalah tentang rekaman atau konten atau blog video di dalamnya dan membantu kita dalam mencari data dan selanjutnya mencari informasi yang tidak jelas." (wawancara 10/09/2023).

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh saudari Adelita tersebut dapat disimpulkan bahwa dia menganggap Youtube sebagai platform penyedia berbagai konten video yang memberikan segala bentuk informasi dan pengetahuan yang

belum dia ketahui sebelumnya. Dalam hal informasi dan pengetahuan Youtube memang memberikan pelayanan yang cukup maksimal. Pelayanan pengunggahan video oleh para penggunanya menjadikannya sebagai platform video terbaik. Dengan sedikit kreativitas dan keunikan video yang diunggah oleh para *content creator* mereka mampu menghasilkan keuntungan dari segi keuangan dan ketenaran.

Hal ini kemudian menjadikan Youtube sebagai tempat mencari pendapatan finansial atau lahan pekerjaan. Sebagaimana yang dimaksudkan oleh saudara Jaya Lesmana yaitu:

"Youtube sendiri, seperti yang mungkin kita ketahui, Youtube saat ini tidak hanya sekedar alat untuk memberikan informasi kepada orang lain, kini Youtube telah menjadi sumber pekerjaan bagi individu atau pembuat video itu sendiri, karena merupakan contoh jiwa imajinatif seseorang. Hal ini dapat diterapkan melalui pembuatan rekaman yang bersifat motivasi, instruktif, dan untuk mengetahui hal-hal tertentu yang mungkin tidak diketahui orang lain, selain dari informasi yang dilihat dari apa yang mereka dapatkan melalui Google, mereka juga mengetahuinya melalui Youtube." (wawancara 10/09/2023).

Berdasarkan penjelasan saudara Jaya tersebut semakin menegaskan bahwa Youtube yang dulunya merupakan aplikasi pengunggah video kreatif semata tanpa adanya nilai jual yang menguntungkan sekarang kemudian menjadi tempat mata pencaharian paling menjanjikan bagi para kreator-creator video karena dengan keahlian yang mereka miliki akan dengan mudah bagi mereka mendapatkan keuntungan (*Adsense*) hanya dengan bermodalkan video kreatif yang mereka unggah, tentunya dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh Youtube itu sendiri.

Dari hasil pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa Youtube memberikan kesan positif baik bagi para pengguna maupun para pengunggah karena memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Hal-hal lain yang mencangkup tentang persepsi positif milenial terhadap Youtube juga di sampaikan oleh saudara Sandy Ropian, bahwa:

"Youtube adalah konten video yang dibuat oleh orang-orang yang disebut Youtuber, baik itu rekaman tentang rutinitas sehari-harinya, atau rekaman tentang instruksi latihan yang berhubungan dengan AutoCAD atau apapun yang saya inginkan dan tanpa sadar saya akan mencarinya di Youtube." (wawancara 11/09/2023).

Berdasarkan apa yang disampaikan oleh saudara Sandy adalah bahwa Youtube di anggap sebagai platform video yang memberikan dan memenuhi segala kebutuhan akan ilmu pengetahuan dan informasi yang diperlukan. Pernyataan ini kemudian sangat relevan dengan apa yang disampaikan oleh saudari Adelita dan Jaya sebelumnya yang mengatakan bahwa Youtube menyediakan segala bentuk informasi yang ingin diketahui.

Wawancara lain tentang persepsi positif juga di paparkan oleh saudara Garnis Arpiana sebagaimana yang di sampaikan bahwa:

"Sampai saat ini Youtube lebih banyak memberikan dampak nyata dibandingkan dampak buruknya, dampak positif yang dimaksud antara lain berupa perluasan informasi, menjadi wadah menyampaikan imajinasi dan menjadi sumber motivasi. Salah satu model terjadi pada saudara perempuan saya, sebelum mengenal Youtube, saudara perempuan saya mengalami kesulitan yang luar biasa dalam mempelajari apa pun, dan setelah mengenal Youtube dan menonton berbagai rekaman imajinatif tentang sekolah, saudara perempuan saya merasa materinya jauh lebih jelas." (wawancara 09/09/2023).

Berdasarkan apa yang disampaikan oleh saudara Garnis di atas bahwa dia menganggap Youtube lebih banyak memberikan efek positif daripada efek negatif, bahwa Youtube menjadi sebuah *trend* baru dalam memberikan informasi dan menambah pengetahuan. Baginya Youtube juga merupakan tempat dalam menuangkan kreativitas dan menjadi sumber inspirasi.

Pernyataan ini kemudian semakin diperkuat dengan apa yang disampaikan oleh saudara Adelita bahwa:

"Sejauh efek pastinya, menurut saya kemampuan bahasa yang saya kuasai semakin meluas, informasi tentang cara berpikir dan hal-hal lain, seperti ketakutan paranoid." (wawancara 10/10/2023).

Apa yang disampaikan oleh saudara Adelita ini kemudian menjadi penegas dan semakin memperkuat bahwa Youtube pada dasarnya jika dilihat dari sisi positif merupakan sarana sumber pengetahuan dan informasi yang lebih efektif daripada platform yang lain.

2. Persepsi Negatif

Persepsi negatif mengacu pada hal-hal yang mencangkup pandangan seseorang terhadap objek yang dipersepsikan secara negatif. Dengan kata lain seseorang atau individu tersebut cenderung tidak menyukai atau menentang objek yang dipersepsikan.

Banyaknya pengguna Youtube ini sejalan dengan semakin bertambahnya orang-orang yang mengunggah video (Youtuber) di platform tersebut mempengaruhi sedikit banyaknya informasi bersifat non edukasi, hal ini bisa mengindikasikan adanya konten-konten negatif yang pada dasarnya didasari dengan mencari keuntungan semata tanpa mempertimbangkan akibat dari tayangan video yang di unggah.

Banyaknya konten negatif yang terunggah dapat di asumsikan semakin banyak pula pandangan atau persepsi negatif terhadap konten tersebut, tergantung siapa yang memersepsikannya karena setiap orang memiliki persepsi masing-masing. Sebagaimana yang disampaikan kembali oleh saudara Adelita, yaitu:

“Menurut saya, konten yang tidak bersifat instruktif menyerupai pengaduan superstar, konten tipuan yang merugikan orang lain, dan konten yang menipu orang pada umumnya sebagai peristiwa yang sudah diatur.” (wawancara 10/09/2023).

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh saudari Nunug di atas dapat disimpulkan bahwa baginya banyaknya video yang diunggah di Youtube sejalan dengan semakin banyak konten yang tidak mendidik. Konten yang tidak mendidik yang dimaksud adalah berita berupa gosip-gosip artis dan acara-acara yang sudah di *setting* sebelumnya. Ini membuktikan konten tersebut sangat tidak bermanfaat bagi penonton di Youtube karena menampilkan hal-hal yang tidak bermanfaat dan tidak adanya nilai edukasi yang di ambil dari video tersebut.

Konten-konten yang tidak bermanfaat dan tidak adanya edukasi dalam Youtube tersebut juga disampaikan oleh saudari Garnis, yaitu:

“Menurutku, konten di Youtube yang tidak memiliki kelebihan sama sekali adalah konten tentang mukbang musik dan makanan Korea” (wawancara 09/09/2023).

Berdasarkan penyampaian saudari Garnis di atas dapat disimpulkan bahwa baginya konten yang menampilkan musik-musik K-pop dan mukbang makanan itu tidak memiliki nilai edukasi yang dapat diambil, karena hal itu hanya membuang waktu dan makanan. Menurutnya K-pop sama sekali tidak sesuai dengan ciri khas budaya Indonesia yang mengedepankan nilai edukasi didalamnya. Konten mukbang makanan menurutnya juga sama sekali tidak menghargai makanan dan orang-orang yang ada di sekitarnya.

Persepsi negatif yang lain tentang Youtube turut disampaikan oleh saudara jaya bahwa:

“Jika berdampak buruk, hal itu dapat berdampak pada otak, seperti halnya pemikiran lainnya. Psikososial, seperti ciri-ciri psikopat, membuat kita tiba-tiba teringat akan sesuatu yang pernah kita lihat, membuat kita selalu siap berinteraksi dengan orang baru. Salah satu dampak negatif menonton Youtube adalah bisa membuat Anda lupa melakukan hal lain. Terkadang saat kita jalan-jalan bersama teman, kita terlalu asyik menonton Youtube sehingga tidak bisa ngobrol satu sama lain, padahal tujuan kumpul kita adalah untuk ngobrol langsung.” (wawancara 10/09/2023).

Berdasarkan apa yang disampaikan oleh saudari Jaya di atas, Yaya menganggap Youtube lebih memberikan pengaruh pada pola pikir yang menurutnya apa yang kita nonton di Youtube itu bisa menjadi benar atau tidak tergantung bagaimana kita memersepsikannya. Ini kemudian menjadi pertimbangan yang mempengaruhi pola pikir bahwa apa yang kita saksikan di kehidupan nyata yang merupakan sebuah ketakutan terhadap sesuatu hal yang membuat kita teringat tentang apa yang pernah kita lihat di Youtube sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis secara keseluruhan bahwa persepsi milenial dalam penelitian ini terhadap penggunaan Youtube sebagai media *content* video *creative* dinilai sesuai dengan yang dikemukakan oleh Jalaludin Rakhmat dalam bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan yang ada dalam (Zaini, 2011:60).

Pandangan ini juga sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Adelita tentang persepsi positif dan negatif yaitu persepsi positif adalah persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal ini akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan. Dan persepsi negatif adalah Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang terhadap objek yang di persepsikan (Marbun, 2019:25).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti pada pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan persepsi milenial terhadap Youtube sebagai media *content* video *creative*: pertama, persepsi positif yaitu, Youtube bersifat informatif, Youtube sebagai sumber pengetahuan yang efektif, Youtube sebagai sumber mata pencaharian/profesi, Youtube bersifat inspiratif, Youtube sebagai sarana hiburan, Youtube menjadi tempat penyaluran kreativitas. Kedua, persepsi negatif yaitu, Youtube bisa menjadi tempat penyebaran aib seseorang, Youtube bisa memberikan tontonan yang dapat merugikan orang lain, banyaknya drama setingan, memanfaatkan kekurangan orang lain sebagai objek candaan yang disebarluaskan, menyebarkan konten sensasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Ali. 2018. *Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi*. Universitas islam negeri Ar- Raniry Banda Aceh.
- Amalia, Rizqi. 2015. *Efek Tayangan On The Spot Terhadap Pesan Media Massa Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*.
- Amaliya, Luthfatul. 2017. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa*. Universitas Negeri Semarang.
- Cecariyani, Aske, A. & Gregorius G.S. 2018. *Analisis Strategi Kreatif Dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana)*. Universitas Tarumanagara.
- Chandra, Edy. 2017. *Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*. Universitas tarumanegara Jakarta.

- Fauziah rahmah ummul, 2013 *Universitas Islam Negeri Syarifhidayatullah. Strategi Komunikasi Stasiun TV local dalam meningkatkan eksistensi* (studi pada cahaya televisi CTV Batam).
- Hayes, Desira J. 2018/2019. *Keefektifan Media Youtube Terhadap Kemampuan Menulis Teks Narasi Peserta Didik Kelas VII SMP putri Al Azhar Pasuruan Tahun pelajaran 2018/2019*. Universitas Negeri Surabaya.
- Imran, Ilfandy A. & Rini, Mustika E. 2017. *Pengaruh Terpaan Tayangan Travelling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subsribers Di Indonesia*. Telkom University.
- Jufri, H., 2018. *Sinjai Tv Prototipe Televisi Daerah Dalam Penyebaran Informasi Berita Politik Di Kabupaten Sinjai*. Jurnal: Sinjai Mitasari, Ayu D.I. 2017. *Preferensi Remaja Perempuan Pada Konten Youtube Channel Di Kota Malang*.
- Marbun, Lastrida S. 2019. *Persepsi Mahasiswa Tentang Gaya Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo Melalui Media Sosial Youtube*. Universitas Medan Area.
- Ningsih, Widiyana. 2015. *Self Disclosure Pada Media Sosial*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten.
- Setiadi, Fahron, E. 2019. *Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial*. Universitas Negeri Padang.
- Taufli, E.S., 2014. *Strategi Pada Tv Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal*. Skripsi: Padang.