

**VLOG ATAP NEGERI FIERSA BESARI DARI PERSPEKTIF
MAHASISWA PENCINTA ALAM UNIVERSITAS MEDAN
AREA
(Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Pencinta Alam Universitas
Medan Area)**

SKRIPSI

OLEH:

**CHRIS MELYANTI AYU SIRAIT
18.853.0033**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/4/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)28/4/23

**VLOG ATAP NEGERI FIERSA BESARI DARI PERSPEKTIF
MAHASISWA PENCINTA ALAM UNIVERSITAS MEDAN
AREA
(Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Pencinta Alam Universitas
Medan Area)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area



Oleh:

**Chris Melyanti Ayu Sirait
18.853.0033**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/4/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)28/4/23

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Vlog Atap Negeri Fiersa Besari dari Perspektif Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area).

Nama Mahasiswa : Chris Melyanti Ayu Sirait

NPM : 188530033

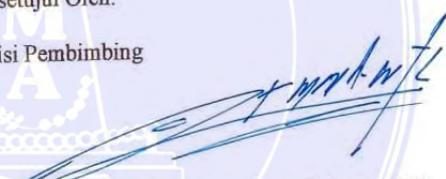
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing


Rehia K. I. Barus, S.Sos. MSP

Pembimbing I

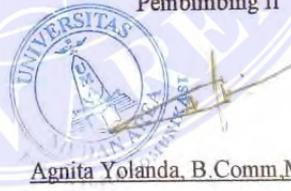

Armansyah Matondang, S.Sos., M.Si

Pembimbing II



Dr. Ertina Juliana Hasibuan, M.Si

Dekan



Agnita Yolanda, B.Comm.M.Sc.CPSP

Ka.Prodi

Tanggal Lulus :

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma dan aturan penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukannya sifat plagiat dalam skripsi ini.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chris Melyanti Ayu Sirait

NPM : 188530033

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Tugas Akhir / Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Vlog Atap Negeri Fiersa Besari dari Perspektif Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area)"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eklusif ini Universitas Medan Area dapat menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Februari 2023



Chris Melyanti Ayu Sirait

ABSTRAK

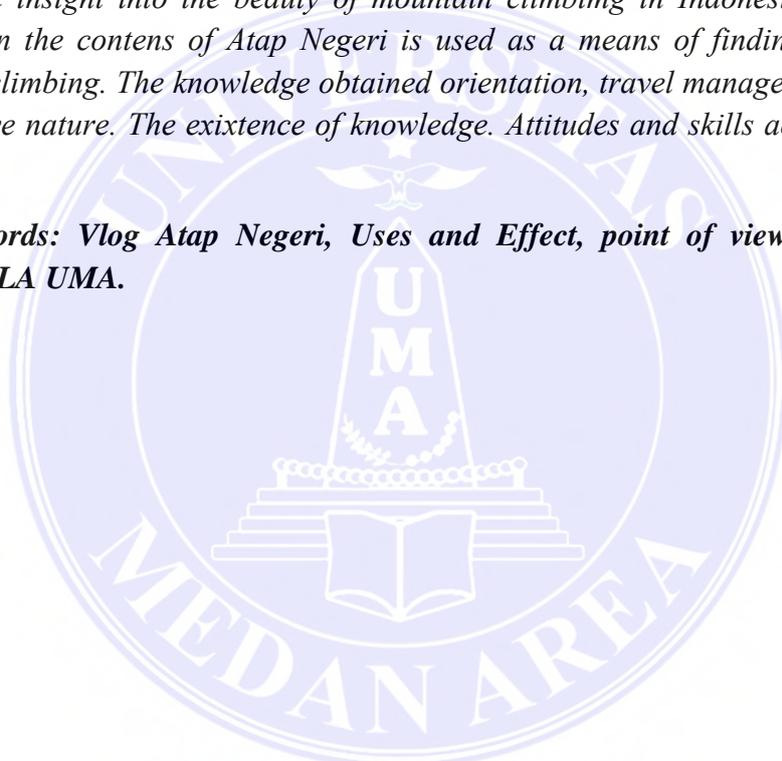
Penelitian ini berjudul *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari dari Perspektif Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perspektif ataupun sudut pandang Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area tentang *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari* dalam mengeksplorasi gunung di Indonesia dengan pendekatan teori *uses and effect*. Informan penelitian ini adalah lima anggota Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area (MAPALA UMA) untuk menemukan informasi. Metode penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan fenomenologi melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial YouTube melalui *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari* itu sendiri efektif dan menghasilkan efek positif bagi penggunanya. *Vlog Atap Negeri* menginspirasi serta memberi wawasan tentang indahnya pendakian gunung di Indonesia. Penggunaan media *Vlog* pada konten Atap Negeri dijadikan sebagai sarana mencari informasi-informasi seputar pendakian. Adapun pengetahuan yang diperoleh berupa edukasi mengenai SOP pendakian, orientasi medan, manajemen perjalanan, menghimbau untuk menjaga kelestarian alam. Adanya pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang diperoleh oleh pengguna.

Kata Kunci: *Vlog Atap Negeri, Uses and Effect, Perspektif, Kualitatif, MAPALA UMA.*

ABSTRACT

The title of this study is Vlog Atap Negeri Fiersa Besari From Perspective Of Environmentalist Student University Of Medan Area (Study Fenomenologi Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area). The purpose of this study is to find out the point of view of nature lover student about the vlog of Atap Negeri Fiersa Besari in exploring the mountains in Indonesia with uses and effects theory approach. The informants of this study were 5 strudents of MAPALA UMA. The research method is qualitative with study phenomenologye, by collecting data by means observation, interviews and documentation. The result of the study show that the use of YouTube through the vlog of Atap Negeri Fiersa Besari itself is effective and produces positive effects for its users. Vlog Atap Negeri inspire and provide insight into the beauty of mountain climbing in Indonesia. The use of Vlog on the contens of Atap Negeri is used as a means of finding information about climbing. The knowledge obtained orientation, travel management, urges to preserve nature. The existence of knowledge. Attitudes and skills acquired by the user.

Key words: *Vlog Atap Negeri, Uses and Effect, point of view, Qualitative, MAPALA UMA.*



RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Chris Melyanti Ayu Sirait lahir di Purworejo pada 31 Desember 1999, dari Bapak Jonny Sirait dan Ibu Dies Ginawati. Peneliti merupakan anggota ketiga dari tiga bersaudara. Tahun 2017 peneliti lulus dari SMA Methodist Tg. Morawa dan pada tahun 2018 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Selama mengikuti perkuliahan, peneliti tergabung dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area.

Saat ini peneliti menjadi anggota Divisi Sekretariat tahun 2022/2023. Pada tahun 2021 peneliti mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT. Persada Lintas Media Medan (Topmetro.News) yang beralamat di Jl. Denai/Rawa No. 221-B Tegal Sari Mandala II, Medan 20226 Sumatera Utara – INDONESIA. Bulan Agustus 2022, peneliti melaksanngotaan penelitian skripsi pada media sosial YouTube dengan judul “*Vlog Atap Negeri Fiersa Besari dari Perspektif Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area (Studi Fenomenologi Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area).*”

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang melimpah, penulis sudah diberikan kesehatan, berkah serta semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi sebagai persyaratan agar mendapatkan gelar sarjana mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

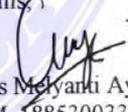
Banyak kendala yang penulis alami saat pengerjaan skripsi seperti keterbatasan waktu dan kurangnya kemampuan untuk mengekspresikan diri secara jelas. Namun didorong rasa tanggung jawab dan dilandasi integritas, kendala-kendala tersebut dapat diatasi.

Skripsi ini berjudul **“VLOG ATAP NEGERI FIERSA BESARI DARI PERSPEKTIF MAHASISWA PENCINTA ALAM UNIVERSITAS MEDAN AREA (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area)”**. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dibantu oleh pihak-pihak yang telah memotivasi dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, semangat, maupun pemikiran. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Dadan Ramdan M.Eng selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
3. Ibu Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.

4. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
5. Ibu Rehia Karenina Isabella Barus, S. Sos. MSP selaku Dosen Pembimbing I.
6. Bapak Armansyah Matondang, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing II.
7. Kedua Orangtua penulis yang Saya sayang dan kasihi Bapak AKBP (Purn.) Jonny Sirait dan Ibu Dies Ginawati yang telah memberikan doa serta semangat kepada penulis dan kakak kandung penulis Hillerybeth Putri Sirait, A.Md.
8. Sahabat-sahabat penulis yang selalu ada ketika suka maupun duka yang telah memberi dukungan, motivasi, saran, dan waktu dalam menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh Keluarga Besar Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area.

Medan, Februari 2023
Penulis,


Chris Melyanti Ayu Sirait
NPM. 188530033

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi Masaa	9
2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa	9
2.1.2 Komponen-Komponen Komunikasi Massa	12
2.2 Media Baru	17
2.3 <i>Teori Uses and Effect</i>	18
2.4 YouTube	19
2.5 Video Blog (<i>Vlog</i>)	22
2.6 Atap Negeri	24
2.7 Perspektif	25
2.8 Penelitian Terdahulu	26
III. METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Metode penelitian	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Sumber Data	31
3.3.1 Data Primer	31
3.3.2 Data Sekunder	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4.1 Wawancara	32
3.4.2 Observasi	32
3.4.3 Dokumentasi	33

3.5 Teknik Analisis Data	33
3.5.1 Reduksi Data.....	34
3.5.2 Penyajian Data	35
3.5.3 Conclusion Drawing/Verification (Penarikan Kesimpulan Dan Verifikasi)	35
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	36
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
4.1.1 Profil Subjek Penelitian	37
4.1.2 Tujuan, Sifat, Fungsi MAPALA UMA	42
4.1.3 Struktur Organisasi	42
4.1.4 Deskripsi Informan Penelitian	43
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Perspektif MAPALA UMA terhadap <i>Vlog</i> Atap Negeri Fiersa Besari	45
4.2.2 Efek Negatif.....	47
4.2.3 Efek Positif	48
4.3 Pembahasan.....	50
4.3.1 Perspektif MAPALA UMA terhadap <i>Vlog</i> Atap Negeri Fiersa Besari	50
4.3.2 Efek Negatif.....	55
4.3.3 Efek Positif	58
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2 Data Informan Penelitian	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Reportal Global Digital Insights	1
Gambar 2. Tubics YouTube SEO Software	2
Gambar 3. Kanal <i>YouTube</i> Fiersa Besari	4
Gambar 4. Logo MAPALA UMA	39
Gambar 5. Mitela Anggota Muda	40
Gambar 6. Mitela Anggota Biasa	41
Gambar 7. Mitela Anggota Luar Biasa	41
Gambar 8. Struktur Organisasi MAPALA UMA	43
Gambar 9. Kanal <i>YouTube</i> Dzawin Nur.....	52
Gambar 10. <i>Vlog</i> Atap Negeri Fiersa Besari Episode Gunung Gamalama	53
Gambar 11. Peta Topografi	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi penelitian	70
Lampiran 2. Pedoman wawancara	72
Lampiran 3. Hasil Wawancara	74

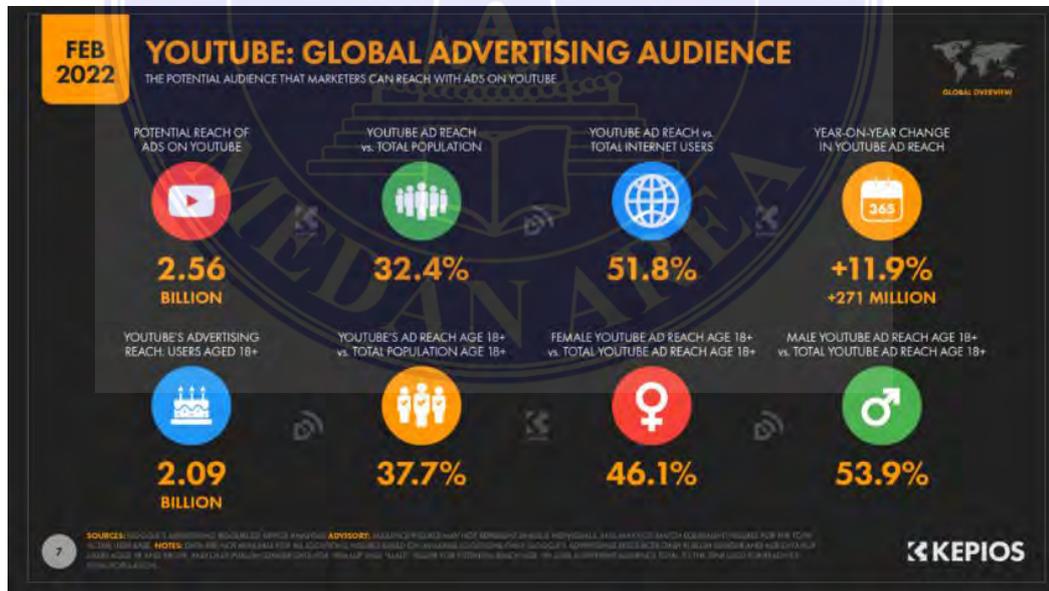


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

YouTube (www.YouTube.com) adalah situs *web* video yang didirikan pada Februari 2005 oleh Chad Hurley dan Steve Chen. Kehadirannya membuat ‘demam’ pengguna video *blog* atau *Vlog* memiliki 2 miliar pengguna, YouTube adalah *platform* media sosial yang paling banyak digunakan kedua di dunia (BACKLINKO 9/7/2021). YouTube dilokalkan di lebih dari 100 negara dan juga tersedia dalam 80 bahasa berbeda. Pada tahun 2020, YouTube menempati peringkat kedua di antara semua *platform* media sosial di dunia (Statista, Data Reportal).

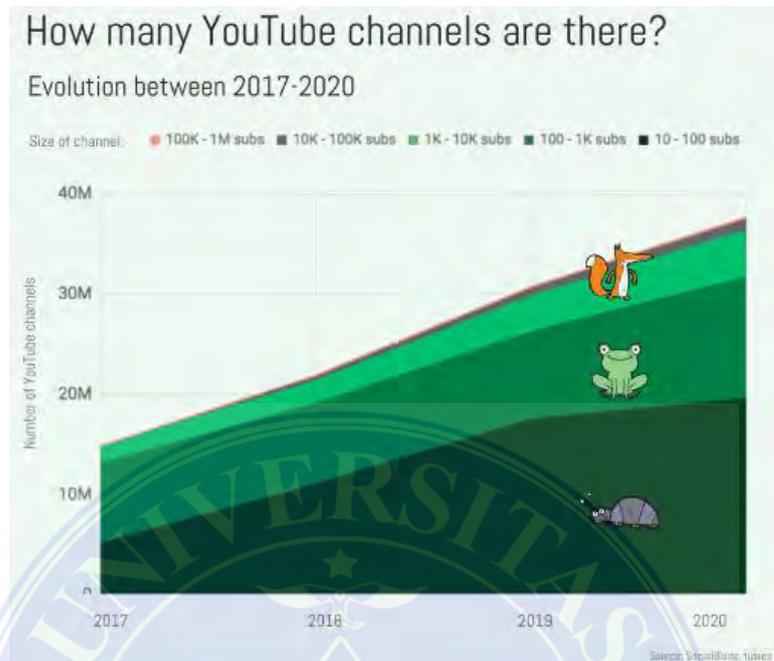
Gambar 1
Data Reportal Global Digital Insights



(Sumber: datareportal.com/essential-youtube-stats)

YouTube memiliki sekitar 38 juta saluran dengan pelanggan mulai dari satu digit hingga lebih dari 100 juta (Tubics).

Gambar 2
Tubics YouTube SEO Software



(Sumber: tubics.com/blog/number-of-youtube-channels)

Situs *web* YouTube memiliki berbagai jenis video, termasuk video berita, musik, drama, permainan, olahraga, perjalanan, memasak, dan banyak lagi. Semua pemilik akun YouTube dapat mengunggah berbagai jenis video ini, jadi siapa pun yang ingin mengunggah video di YouTube tidak terkecuali.

YouTube memiliki dua fungsi utama (Griffiths 201), yaitu sebagai penyedia media pencarian konten dan media penyedia konten kreatif. Pengguna YouTube dapat mencari dan memilih konten yang mereka sukai dan sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri. Perbedaan motivasi pengguna YouTube dan perbedaan dalam memenuhi kebutuhan pengguna YouTube memungkinkan setiap orang untuk menonton secara berbeda. Dengan banyaknya saluran dan video di situs *web* YouTube, siapa pun yang menggunakan YouTube memiliki akses ke berbagai informasi yang tidak terbatas.

YouTube adalah tempat karir dimana pengguna dapat menampilkan bakat mereka pada bidang pendidikan, bisnis, seni, kesehatan, hiburan, dan banyak lagi. YouTube adalah media yang membantu pengguna membuat konten yang unik dan kreatif, sehingga YouTube adalah *platform* bagi para profesional untuk menampilkan diri atau bakat mereka.

Melalui YouTube, orang dapat memilih berbagai tayangan yang mereka butuhkan. Umumnya manusia membutuhkan suasana atau tempat yang dapat menghibur atau menenangkan pikirannya atau istilahnya *healing*. *Traveling* sembari *healing* menjadi hal yang menyenangkan dan tren akhir-akhir ini, entah itu untuk mencari pengalaman, kesenangan, atau hanya untuk mengisi kekosongan. *Traveling* memiliki kata dasar *Travel* atau bepergian atau berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Kebutuhan untuk bepergian bisa disebabkan oleh banyak hal, seperti bisnis, hobi atau liburan.

Fenomena ini telah membuat banyak pembuat konten sadar akan tujuan mereka. Sebagai media yang paling banyak diakses saat ini, YouTube digunakan untuk mencari dan berbagi informasi. Besarnya minat penonton untuk mencari dan mengakses informasi melalui YouTube membuat para pembuat konten semakin terpacu untuk mengunggah dan membagikan video melalui kanal YouTube miliknya.

Dilansir dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik pada Senin, 15 November 2021 Pesona Indonesia selalu menjadi incaran banyak wisatawan mancanegara. Bukan hanya wisatawan biasa, melainkan para seleb dan pesohor dunia pun kepincut dengan pesona yang dimiliki Indonesia. Hal ini dimanfaatkan oleh para *content creator* untuk

membuat *Vlog* indah petualang atau *adventure Vlog*. Tidak heran jika konten *travel & adventure* juga banyak diminati penonton khususnya mereka yang sedang mencari destinasi untuk dikunjungi atau sekedar ingin melihat keindahan suatu tempat. Media informasi yang digunakan sebagai sumber referensi serta edukasi selama melakukan perjalanan atau yang terkait adalah media sosial seperti YouTube, Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya.

Salah satu YouTuber (*content creator*) yang membuat konten *adventure Vlog* dan selalu konsisten dalam mengunggah *Vlog* adalah Fiersa Besari dengan judul Ekspedisi Atap Negeri, kanal YouTube-nya sendiri mencapai 3.000.000 *subscriber* (per Agustus 2022).

Gambar 3
Kanal YouTube Fiersa Besari



(sumber: <https://www.youtube.com/user/fiersabesari>)

Dilihat dari kanal YouTube Fiersa Besari (<https://www.youtube.com/user/fiersabesari>), saat ini Ia telah membuat *Vlog adventure* bertema Ekspedisi Atap Negeri sebanyak 49 video yang berisi tentang perjalanan pendakian 33 Gunung di 33 Provinsi di Indonesia yang dimulai dari Gunung Pesagi di Lampung, Gunung Beriun di Kalimantan Timur, Gunung Talamau di Sumatera Barat, Gunung Lawu di Jawa Tengah, Gunung Ciremai di

Jawa Barat, Gunung Rinjani di NTB, Gunung Maras di Bangka Belitung, Gunung Klabat di Sulawesi Utara, Gunung Latimojong di Sulawesi Selatan, Gunung Agung di Bali, Gunung Karang di Banten, Gunung Bukit Raya di Kalimantan Tengah, Gunung Sibuatan di Sumatera Utara, Gunung Gawalise di Sulawesi Tenggara, Gunung Inerie di Nusa Tenggara Timur, Gunung Binaiya di Maluku.

Ekspedisi Atap Negeri tidak berjalan sendiri karena dalam Ekspedisi tersebut juga sering mengajak para Pemuda dan Mahasiswa Pencinta Alam (MAPALA) dari daerah yang sedang dikunjungi, Pemuda dan MAPALA yang mengikuti ekspedisi tersebut merupakan orang-orang yang berpengalaman atau telah dan sering melakukan pendakian, mereka juga memberikan informasi mengenai gunung-gunung yang akan dilakukan pendakian. Ekspedisi ini memiliki persiapan yang matang seperti adanya manajemen logistik serta orientasi medan.

Dilihat karena keikutsertaan MAPALA di dalam konten *Vlog* Atap Negeri sehingga peneliti memakai MAPALA UMA menjadi subjek penelitian ini. MAPALA UMA adalah organisasi yang berkegiatan di alam terbuka. MAPALA UMA juga berupaya menyeimbangkan kelestarian alam dengan kehidupan sosial sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Pencinta Alam sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. MAPALA UMA memiliki beberapa divisi dan materi yang berhubungan dengan pendakian yaitu *mountenering* (Teknik Pendakian). Pendakian gunung sudah menjadi kegiatan tetap MAPALA UMA khususnya di gunung Sumatera Utara. Banyak pengalaman MAPALA UMA yang dijadikan peneliti sebagai perspektif atau sudut pandang tentang konten *Vlog* Atap Negeri Fiersa Besari.

Media massa dapat secara luas dan cepat menyebarkan informasi sehingga konten ini pastinya akan memiliki efek positif dan negatif kepada penontonya. Sumber informasi yang ada di media haruslah di saring kembali oleh khalayak, karena terjadi *feedback* antara khalayak terhadap informasi yang disampaikan. MAPALA UMA memiliki perspektif berupa fenomena yang berkaitan pada *Vlog Atap Negeri* yaitu kekaguman terhadap Fiersa Besari melakukan ekspedisi pendakian di 33 gunung tertinggi di Indonesia. Adapun juga perilaku pendakian yang dijadikan kritikan maupun dapat dijadikan sebuah pengetahuan untuk MAPALA UMA.

MAPALA UMA pastinya akan memiliki sudut pandang tersendiri terhadap informasi pendakian dalam Ekspedisi Atap Negeri yang ada di kanal YouTube Fiersa Besari. Sedangkan informan yang dipilih merupakan yang sering menonton *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*. Tentunya informan yang dipilih juga adalah anggota yang berpengalaman dan sering melakukan pendakian gunung. Pengalaman informan akan dijadikan bahan untuk melihat fenomena *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*. Serta kanal YouTube Fiersa Besari dapat dijadikan sebagai rujukan untuk memudahkan atau mendapatkan akses tentang informasi terkait pendakian-pendakian yang akan direncanakan.

Peneliti ingin mengetahui bagaimana kesan yang tertanam dalam benak MAPALA UMA terhadap informasi pendakian dalam *Vlog Travel & Adventure* yang ada dalam Ekspedisi Atap Negeri di kanal YouTube Fiersa Besari dalam mengeksplorasi gunung di Indonesia. Hal-hal di atas yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai perspektif atau sudut pandang MAPALA UMA terhadap informasi pendakian dalam mengeksplorasi gunung di

Indonesia. Bahwa Perspektif setiap orang pasti berbeda dalam menginterpretasikan suatu objek. Perspektif ataupun sudut pandang dari orang yang menyenangi kegiatan *travelling* dan *adventure* tentunya juga akan berbeda dengan orang secara umumnya, sehingga nantinya diharapkan dapat memberikan gambaran dari orang-orang yang menyenangi *travelling* dan *adventure* terkait dengan informasi pendakian dalam mengeksplorasi gunung di Indonesia dalam *Vlog* Ekspedisi Atap Negeri di kanal YouTube Fiersa Besari.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana perspektif Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area tentang *Vlog* Ekspedisi Atap Negeri Fiersa Besari dalam mengeksplorasi gunung di Indonesia?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah, untuk mengetahui bagaimana perspektif ataupun sudut pandang Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area tentang *Vlog* Ekspedisi Atap Negeri Fiersa Besari dalam mengeksplorasi gunung di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentunya diharapkan adanya manfaat dan kegunaan yang dapat diperoleh. Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang ilmu komunikasi terkhusus mengenai perspektif atau sudut pandang. Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan literatur penunjang bagi aktivitas akademik dalam penelitian-penelitian sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis bagi masyarakat terutama pada para pencinta *traveling* dan *adventure* diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang informasi-informasi seputar pendakian gunung di Indonesia serta gambaran kekayaan dan keindahan gunung di Indonesia. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan masukan ataupun gambaran. Penulis berharap penelitian ini berguna bagi diri sendiri secara khusus. Maksudnya dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap mendapat banyak pengetahuan serta pengalaman baru pada masa yang akan datang akan berguna ketika telah menyelesaikan studi dan memasuki dunia kerja.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas (Apriadi Tamburaka, 2010:15). Dalam hal ini proses komunikator profesional menggunakan media secara cepat dan periodik. Komunikasi yang menggunakan media massa berteknologi modern yang mampu menyampaikan pesan secara massal dan dapat diakses oleh khalayak luas. Hal ini seiring juga dengan kemajuan zaman yang semakin canggih.

Faktor media massa sangat dominan dalam studi komunikasi massa. Pengkajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak. Perkembangan media massa sendiri banyak dikaitkan dengan sejumlah faktor. Faktor tersebut seperti jumlah melek huruf yang semakin besar, perkembangan pesat dalam bidang ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, fenomena urbanisasi, dan faktor iklan.

2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut (Denis McQuail, 2011:33), komunikasi massa memiliki beberapa ciri-ciri yang membedakannya dari jenis komunikasi lainnya.

1. Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal dan “sang pengirim” nya seringkali merupakan komunikator profesional.
2. Pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan. Pesan seringkali “diproses”, distandarisasi, dan selalu diperbanyak.

3. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut juga bersifat impersonal, bahkan mungkin seringkali bersifat nonmoral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa sang pengirim biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan yang diperjualbelikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu.
4. Penerima merupakan bagian dari khalayak luas.
5. Komunikasi massa seringkali mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima, menciptakan pengaruh luas dalam waktu singkat dan menimbulkan respon seketika dari banyak orang secara serentak.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka karakteristik komunikasi massa dapat dikatakan sebagai berikut:

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga (*Institutionalized Communicator*).
2. Komunikan bersifat anonim, heterogen dan dalam jumlah besar. Audiens tersebar di berbagai belahan dunia, anonim (Komunikator tidak mengenal audiens dan audiens cenderung tidak saling mengenal satu sama lain), dan heterogen (Audiens berasal dari beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan, agama).
3. Pesannya bersifat umum, universal dan ditujukan kepada khalayak luas. Pesan-pesan yang ditampilkan dalam media massa tidak ditujukan untuk satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu, melainkan untuk orang banyak. Pesan media massa yang bersifat umum ini membuat lingkungannya

menjadi universal, yaitu topiknya bisa mengenai bidang apapun dan dari berbagai tempat / daerah.

4. Komunikasi yang disampaikan bersifat satu arah. Pesan disampaikan satu arah dari media massa kepada audiens. Audiens tidak dapat langsung memberikan respons kepada media massa. Walaupun bisa, sifatnya tertunda (*delayed feedback*) atau tidak langsung (*Indirect Feedback*).
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan (*simultaneous*) dan keserentakan (*instantaneous*). Yang dimaksudkan dengan keserempakan adalah keserempakan kontak antara media massa dengan audiens. Audiens yang jumlahnya banyak menaruh perhatian pada pesan media massa. Keserempakan juga berkaitan dengan media massa menyampaikan proses dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Audiens bisa menikmati produk media hampir bersamaan. Wilayah jangkauan yang berbeda – beda disebut sebagai permasalahan teknis yang memungkinkan terjadinya perbedaan penerimaan pesan oleh audiens.
6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis. Dengan melihat karakteristik bahwa media massa membutuhkan kecepatan dan keserempakan dalam penyampaian pesannya, maka tidak dapat dipungkiri bahwa media massa membutuhkan peralatan teknis yang canggih. Contohnya satelit untuk media televisi, pemancar untuk media radio.
7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*. *Gatekeeper* disebut juga sebagai penapis informasi / penjaga gawang. *Gatekeeper* sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa karena ia dapat menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas informasi yang disebarkan

sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Ia menentukan pengemasan sebuah pesan dari media massa. Dengan kata lain, *gatekeeper* sangat menentukan berkualitas tidaknya informasi yang akan disampaikan. Contoh dari *gatekeeper* adalah reporter, manajer pemberitaan, kameramen, dan lain sebagainya.

2.1.2 Komponen-Komponen Komunikasi Massa

Komponen-komponen utama komunikasi massa dapat dibedakan atas sumber, pesan, media, khalayak, *gatekeepers*, dan efek.

a. Sumber (Komunikator)

Sumber utama dalam komunikasi massa berupa lembaga atau organisasi atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi. Lembaga media yang dimaksud dapat berupa perusahaan penerbitan surat kabar atau majalah, stasiun radio dan televisi, dan lain sebagainya. Komunikator dalam sistem komunikasi masa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak luas. Lembaga media massa merupakan organisasi formal seperti perusahaan yang berorientasi keuntungan, bukan organisasi sukarela atau nirlaba. Meskipun demikian, komunikator dalam sistem komunikasi massa perlu memperhatikan dua hal penting, yakni:

- a. Kepercayaan pada komunikator (*source credibility*), menyangkut keahlian dan tingkat kepercayaan sumber.
- b. Daya tarik komunikator (*source attractiveness*). Sebagai komunikator, diupayakan mencapai kesamaan-kesamaan dengan khalayak agar ada

daya tarik yang ditimbulkan bagi khalayak. Kesamaan-kesamaan tersebut dapat bersifat ideologis dan demografis.

b. Pesan

Pesan komunikasi massa berkaitan dengan materi yang disebarkan kepada khalayak melalui media massa. Pesan media massa dapat diproduksi dalam jumlah yang sangat besar sehingga dapat menjangkau audience yang sangat banyak. Materi pesan komunikasi massa dapat diidentifikasi dalam format seperti berita, pendapat, musik, film, iklan, dan lain sebagainya. Menurut Wright, ciri pesan komunikasi massa adalah sebagai berikut:

- a. *Publicly*. Pesan komunikasi massa umumnya bersifat terbuka yang dimaksudkan untuk khalayak umum atau publik.
- b. *Rapid*. Pesan komunikasi massa dirancang untuk mencapai khalayak luas dalam waktu singkat dan simultan.
- c. *Transient*. Pesan komunikasi massa dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan segera, dikonsumsi sekali pakai dan bukan untuk tujuan yang bersifat permanen. Pesan-pesan tersebut diproduksi lembaga media massa dengan menyesuaikan tingkat kebutuhan, minat, dan perkembangan masyarakat atau khalayaknya.

c. Saluran atau Media

Media massa merujuk pada sarana atau peralatan yang digunakan untuk menyebarkan pesan komunikasi massa. Media massa dituntut untuk dapat memikat perhatian khalayak secara serempak dan serentak. Saluran tersebut berupa media cetak, seperti surat kabar dan majalah; media elektronik seperti radio dan televisi, serta media digital.

- a. Media cetak. Media cetak berupa surat kabar, majalah, dan buku. Khalayak media cetak bersifat aktif dan melek huruf sebagai persyaratan utamanya. Pesannya disampaikan melalui bahasa tertulis dan dukungan gambar atau foto. Khalayak media cetak yakni pembaca surat kabar dan majalah cenderung merupakan golongan orang-orang terdidik dan dewasa.
- b. Radio. Radio merupakan medium yang dapat digunakan melalui indera pendengaran. Khalayak radio cenderung bersifat pasif. Substansi siaran radio menggunakan musik dengan dominan sebagai ilustrasi dan efek suara sehingga dapat mendramatisir pesan yang disampaikan. Untuk menikmati siaran radio, khalayak lebih santai dan mudah.
- c. Televisi. Televisi merupakan media audio-visual dan paling populer di antara jenis-jenis komunikasi massa lainnya. Banyaknya jumlah penonton televisi membuatnya menjadi pilihan utama bagi pemasang iklan sehingga televisi banyak meraup pendapatan dari penayangan iklan. Televisi merupakan media yang sangat dekat dengan khalayaknya karena kemudahannya diakses dan sifat tampilannya yang audio-visual.
- d. Film. Film memiliki karakter tersendiri jika dibandingkan dengan media massa lainnya. Untuk menikmati film, seseorang harus datang ke bioskop dan membayar tiket masuk. Produksi film tidak berkala dan bersifat fiktif. Namun pesan-pesan dalam film tidak saja berfungsi menghibur penontonnya, tetapi juga dapat dijadikan sarana sosialisasi program tertentu. Dewasa ini, film tidak lagi hanya bisa dinikmati di bioskop, tetapi juga melalui televisi dan internet.
- e. Media *online*. Kehadiran internet membuat konvergensi antara komunikasi, informasi, dan teknologi yang melahirkan multimedia. Keunggulan utama

media online, tidak saja pada aspek kecepatan informasinya, tetapi juga pada sifat interaktif, dan multimediana. Pengguna internet dapat terlayani kebutuhannya dalam bentuk apa saja. Seseorang dapat mengakses surat kabar digital, majalah digital, jurnal, buku, mendengar musik, menonton televisi, mendengar radio, atau menonton film melalui internet.

d. Khalayak

Khalayak media massa merupakan sasaran penyebaran pesan-pesan komunikasi massa. Khalayak media massa adalah orang-orang yang membaca surat kabar, mendengarkan radio, menonton televisi dan film, serta yang menggunakan internet. Khalayak media massa tidak berada dalam suatu tempat tertentu, tetapi tersebar secara luas dan dalam jumlah yang sangat banyak. Khalayak media massa tidak memiliki struktur dan organisasi yang formal dan tidak memiliki pemimpin. Charles Wright mengidentifikasi beberapa ciri dari khalayak komunikasi massa, yakni:

- a. *Large*. Jumlah khalayak komunikasi massa sangat banyak dan tersebar dalam berbagai lokasi.
- b. *Heterogen*. Khalayak komunikasi massa berasal dari berbagai lapisan masyarakat, memiliki aktivitas atau pekerjaan, umur, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, kemampuan ekonomi, pilihan politik, agama, kelompok etnik, dan standar etis yang beragam.
- c. *Anonim*. Khalayak komunikasi massa umumnya tidak saling kenal secara pribadi dengan komunikatornya. Mereka terpisah satu sama lain (tidak mengumpul) serta tidak berinteraksi satu sama lainnya.

Meskipun pesan-pesan komunikasi massa disampaikan secara serempak, namun pengaruhnya bagi khalayak bersifat unik dan tidak seragam. Hal ini disebabkan oleh heterogenitas khalayak. Segmentasi khalayak dapat dibedakan atas khalayak “buta huruf”, orang-orang pragmatis, dan segmen “intelektual”.

- 1) Segmen khalayak “buta huruf”. Dicitrakan oleh kecenderungan mengkonsumsi media dengan tipe program atau isi pesan yang relatif dangkal karena hanya mencari pemenuhan kebutuhan hiburan. Khalayak seperti ini mencari kepuasan diri dengan mengkonsumsi pesan-pesan media massa. kebanyakan dari mereka memiliki status sosial ekonomi di tingkat rendah.
- 2) Segmen orang-orang pragmatis. Kelompok khalayak yang dikategorikan sebagai orang-orang pragmatis mempunyai kekuatan sosial tertentu, bersifat ambisius, ingin memperbaiki keadaannya sendiri, menginginkan status. Orientasi mereka pada hal-hal yang bersifat materi. Jumlahnya lebih sedikit dari segmen “buta huruf”
- 3) Segmen “intelektual”. Segmen ini cenderung memiliki tingkat pendidikan formal yang lebih tinggi. Mereka memperhatikan hal-hal serius yang diperoleh dari media massa secara sungguh-sungguh. Karena sifatnya yang terpelajar, segmen khalayak ini mengedepankan ide-ide dan menyukai hal-hal yang merangsang untuk berpikir.

Khalayak menggunakan media massa karena berbagai motivasi, yakni memenuhi rasa kesepian, rasa ingin tahu, untuk meningkatkan dan mengembangkan diri, serta sebagai filter bagi pesan-pesan yang dikonsumsi. Pesan dan media diseleksi dan disaring oleh khalayak melalui alat indera. Proses filterisasi khalayak terhadap media dan pesan dipengaruhi sejumlah faktor, yakni:

- a. Budaya. Aspek budaya mempengaruhi perbedaan tanggapan khalayak bagi pesan komunikasi massa.
- b. Psikologis. Pesan-pesan yang diterima khalayak diterima dan diinterpretasi secara berbeda-beda sesuai dengan bidang pengalaman dan kerangka referensi yang dimilikinya.
- c. Fisik. Berkaitan dengan kondisi fisik individu khalayak bersangkutan. Keadaan fisik baik yang bersifat internal maupun eksternal bagi khalayak, mempengaruhi kecenderungan pilihan audience dalam mengonsumsi pesan-pesan media massa.
- d. Regulator. Berkaitan dengan institusi yang memiliki pengaruh tertentu dan berwenang memberi perhatian atau tekanan untuk mengabaikan terhadap isu-isu tertentu, misalnya pemerintah, sumber berita iklan, organisasi kewartawanan, dan sebagainya.
- e. **Efek**

Efek komunikasi massa berkaitan dengan dampak atau hasil yang diperoleh dari mengonsumsi media massa. Dampak tersebut berkaitan dengan perubahan yang terjadi dalam diri khalayak sebagai akibat terpaan pesan-pesan media massa. Menurut Berlo, klasifikasi dampak perubahan yang dialami audience setelah mengikuti pesan-pesan media massa dapat dibedakan atas ranah pengetahuan, sikap, dan perilaku nyata.

2.2 Media Baru

Saat ini, saluran media dicirikan dengan banyaknya pilihan yang membingungkan, terdapat ratusan saluran televisi kabel dan program siaran sesuai

permintaan yang dapat dijumpai setiap hari, belum lagi internet yang memiliki isi beraneka ragam tanpa batas. Selanjutnya dan mungkin yang lebih penting saat ini teknologi media baru memberi peluang bagi selera dan mengkreasi isi media seperti *blog*, halaman *Facebook*, *portal*, dan catatan harian video YouTube. (Berger dkk, 2015; 381).

Menurut Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan. Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.

2.3 Teori Uses And Effect

Teori *Uses and Effect* merupakan teori yang berhubungan antara pengguna, media, audience dan efek (hasilnya). Teori yang pertama kali dikemukakan Sven Windahl dalam Rohim (2009) dan merupakan sintesis antara teori tradisional mengenai efek dan *teori uses and gratification*. Jika *uses and gratification* lebih menjelaskan tentang penggunaan media yang ditentukan kebutuhan dasar individu, maka *uses and effect* menjelaskan bahwa kebutuhan hanya menjadi salah

satu dari faktor terjadinya penggunaan media. Bagian pokok paling penting dalam pemikiran ini adalah konsep *use* atau penggunaan itu sendiri

Jika dikaitkan dengan penelitian, maka teori ini menekankan tentang penggunaan media sosial YouTube itu sendiri apakah penggunaan tersebut efektif dan menghasilkan efek bagi penggunanya. Pengetahuan mengenai penggunaan media sosial yang penyebabnya akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi pemerintahan dengan masyarakat atau bahkan sebaliknya.

Karakteristik isi dari media sosial itu juga menentukan sebagian besar dari *effect* yang akan terjadi. Oleh karenanya ada dua proses yang bekerja secara serempak, yang bersama-sama menyebabkan terjadinya suatu hasil yang kita sebut "*consequence*" (gabungan antara konsekuensi dan efek). Proses pendidikan biasanya menyebabkan hasil yang berbentuk "*consequence*". Di mana sebagian dari hasil disebabkan oleh isi yang mendorong pembelajaran (efek), dan sebagian lain merupakan hasil dari suatu proses penggunaan media yang secara otomatis mengakumulasi dan menyimpan pengetahuan. Hasil-hasil ini dapat ditemukan pada tataran individu maupun tataran masyarakat.

Jadi hubungan teori *Uses And Effect* dengan perspektif adalah bagaimana perspektif dari *Vlog Ekspedisi Atap Negeri* mampu menimbulkan efek langsung, segera dan terarah terhadap komunikasi serta bagaimana komunikasi menafsirkan pesan yang diterimanya baik secara positif maupun negatif

2.4 YouTube

YouTube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang sebelumnya merupakan karyawan pertama PayPal. Hurley belajar desain di

Indiana University of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di University of Illinois at Urbana-Champaign. YouTube adalah perusahaan yang mengumpulkan koleksi *user generated content*, memuat ribuan film pendek dan episode televisi, dan ratusan film *full-length*. Melayani lebih dari dua miliar video per hari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagi video *online*. YouTube terutama memperoleh pendapatan dengan menjual iklan pada halaman *homepage* dan pencarian hasil-hasilnya, serta dalam video-nya. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.

YouTube saat ini adalah anggota perusahaan dari Internet pencari raksasa Google. Pada November 2006, YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anggota perusahaan Google. Perusahaan YouTube berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi *Adobe Flash* Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

YouTube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Kantor pertama YouTube terletak di atas sebuah pizzeria dan restoran Jepang di San Mateo, California. Nama domain www.youtube.com aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya. Video pertama di YouTube berjudul *Me at the zoo*. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di San Diego Zoo. Video ini diunggah pada tanggal 23 April 2005 dan masih ada sampai sekarang di situs ini.

YouTube menawarkan uji beta pada Mei 2005, enam bulan sebelum peluncuran resmi pada November 2005. Pertumbuhan situs ini meroket dan pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per hari.

Kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan YouTube. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Pada November 2011, jejaring sosial Google+ terintegrasi langsung dengan YouTube dan penjelajah *web* Chrome, sehingga video-video YouTube bisa ditonton di Google+. Bulan Desember 2011, YouTube meluncurkan antarmuka baru.

Kanal video ditampilkan di kolom tengah halaman utama, sama seperti umpan berita situs-situs jejaring sosial lainnya. Pada saat yang sama, versi baru logo YouTube dipasang dengan bayangan merah yang lebih gelap. Inilah perubahan desain pertama mereka sejak Oktober 2006. YouTube bukan satu-satunya situs *video-sharing* yang ada di internet. YouTube merupakan situs yang memiliki perkembangan pesat di internet, memiliki berbagai macam konten yang beragam didalamnya, dan merupakan situs unggulan yang berbasis bahasa Inggris.

Sehingga dengan mudah dapat digunakan secara global dan mampu memberikan manfaat untuk memahami hubungan perkembangan antara teknologi *new media*, industri kreatif, budaya politik dan budaya populer (Jean Burgess, 2009). Disediaknya media untuk pembuat konten membuat konten kreatif, pengguna akun YouTube juga dapat membuat dan membagikan videonya

baik secara *private* maupun secara global melalui situs YouTube. Pembuat konten kreasi yang dapat dilakukan oleh pengguna dalam jejaring internet disebut sebagai *User General Content* (UGC).

UGC memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pendapat, pemikiran, dan konten kreatif dengan orang lain secara online (Boyd & Ellison, 2007). YouTube sebagai salah satu platform media terpopuler menampilkan berbagai macam video dengan beragam kategori. Beberapa jenis video yang paling populer dalam situ YouTube adalah hewan lucu, video panduan game, petualangan (*adventure*), video *unboxing* dan lain sebagainya. Dari berbagai macam kategori yang ada dalam situs YouTube, fokus objek dalam penelitian ini adalah video YouTube dengan kategori petualangan (*adventure*).

2.5 Video Blog (Vlog)

Vlog adalah gabungan antara konsep video dan blog (Maldin, Reza, & Rezeki, 2018). *Vlog* dapat dikatakan sebagai evolusi dari *blog* yang awalnya merupakan media berbasis teks berubah menjadi media yang berbasis audiovisual (Gao, Tian, & Huang, 2010). Konsep mengenai *blog* sendiri adalah sebuah situs *web* yang digunakan secara rutin oleh penggunanya untuk mengunggah konten berupa komentar atau gagasan yang berisi foto, grafik, suara, atau video (Kim, 2017). Pesan utama yang dibagikan pada *Vlog* adalah konten video, sedangkan konten *blog* sebagian besar berisi mengenai konten teks dan gambar statis. Sebagian besar *blog* didukung oleh situs *web Tumblr*, *Blogger*, dan *Wordpress* sedangkan *Vlog* lebih didukung oleh YouTube (Kim, 2017).

Konten *Vlog* lebih kaya dibandingkan dengan *blog* karena suatu video mampu menampilkan berbagai macam bentuk teks, gambar, dan suara dalam satu

waktu). Video bloggers (*Vloggers*) adalah seseorang yang secara rutin mengunggah video mengenai kehidupan pribadinya di YouTube (Jerslev, 2016). *Vlogging* merupakan kata kerja yang berarti membuat konten *Vlog* untuk diunggah di media sosial. Penyampaian pengalaman dan opini menjadi komponen penting dari konten *Vlog*. Berdasarkan gaya presentasinya, *Vlog* dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu buku harian dan *Web-TV Show*.

Vlog bergaya buku harian menampilkan konten mengenai kehidupan sehari-hari dari seorang *Vlogger*. *Vlog Web-TV Show* lebih sering digunakan oleh tokoh publik di pemerintahan dan bersifat formal. *Vlog* mampu memberikan berbagai manfaat positif dalam perspektif komunikasi. Melalui konten *Vlog*, seseorang mampu membangun citra dan identitas seseorang di hadapan khalayak luas. Penyebaran berbagai gaya maupun informasi dapat dilakukan semua orang dari konten *vlog*.

Vlogger dapat membentuk suatu komunitas untuk saling berkolaborasi dalam menciptakan konten *Vlog* (Gannon & Prothero, 2018). Melalui konten *Vlog* pula seorang *Vlogger* dapat memperoleh dukungan sosial dan moral dari khalayak yang mungkin tidak mereka kenal (Gibson, 2016). *Vlog* tidak dapat diklasifikasikan berdasarkan konten pendidikan, tetapi memberikan informasi umum, seperti tempat baru atau tren mode baru atau informasi pribadi, karena *Vlog* biasanya ditampilkan dalam bentuk video yang berisi informasi yang relevan mengenai:

- a. Aktivitas sehari-hari
- b. Perkiraan tentang suatu hal
- c. Menceritakan sesuatu

Vlog pada awalnya merupakan cara untuk mengekspresikan diri dan pendapat kepada publik. Menurut artikel *Educase Learning Initiative*, berikut kelebihan *Vlog*:

- a. Gampang dibuat.
- b. Dapat disesuaikan dengan keadaan.
- c. Mengembangkan opsi berkomunikasi.
- d. Dapat menjadi sarana mengekspresikan diri.

2.6 Atap Negeri

Atap Negeri adalah sebuah *Vlog* yang dimulai pada 13 Januari 2020 dimana merupakan pembaharuan dari *Vlog* Sebuah Jurnal Fiersa Besari yang sekarang lebih profesional, *cinematic*, dan naratif. Dimana konten Ekspedisi Atap Negeri merupakan sebuah proyek pendakian gunung selama kurang lebih 3 tahun. Berbeda dengan *Vlog* yang lain yaitu melakukan pendakian di 33 provinsi gunung di Indonesia. *Vlog* Atap Negeri menginspirasi serta memberi wawasan tentang indahnya pendakian gunung di Indonesia. Sesuai dengan judul programnya tentunya dalam setiap tayangan pasti bertema tentang perjalanan serta diskusi menarik sesama pendaki.

Vlog ini juga mengeksplor gunung-gunung yang belum dikenal sekalipun tetapi memiliki potensi untuk dibahas dengan nuansa *adventure*. Atap Negeri juga mengajak untuk selalu melakukan SOP pendakian. *Vlog* ini berfokus pada pendakian dan Ekspedisi gunung. Tujuan Atap Negeri didasari cita-cita Fiersa Besari dan Arshal melakukan video pendakian yang dapat dinikmati bertahun-tahun kemudian. Sehingga memberi bekal pada pendaki lain dikarenakan memiliki edukasi, pesan moral, dan ciri khas.

2.7 Perspektif

Perspektif adalah kerangka konseptual, asumsi-asumsi, nilai-nilai, dan gagasan-gagasan yang memengaruhi persepsi kita dan memengaruhi tindakan dalam suatu situasi (Charon, 1998). Perspektif serupa dengan *standpoint*, *viewpoint*, *outlook* dan *position*. Perspektif berfungsi untuk mengarahkan dan mengatur pengamatan dan pemahaman kita terhadap fenomena komunikasi yang ada. Aubrey Fisher (1978) pengaruh mendasar dari perspektif adalah untuk mendefinisikan dan mengarahkan pemahaman seseorang pada konsep-konsep komunikasi. Dengan demikian perbedaan perspektif yang digunakan akan mempunyai implikasi penafsiran berbeda atas sebuah realita.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti perspektif adalah sudut pandang manusia dalam memilih opini dan kepercayaan mengenai suatu hal. Berdasarkan terminologinya, perspektif adalah sebuah sudut pandang untuk memahami atau memaknai permasalahan tertentu. Menurut *Cambride Dictionary*, perspektif adalah cara tertentu mempertimbangkan sesuatu. Cara tertentu dalam memandang sesuatu yang bergantung pada pengalaman dan kepribadian seseorang.

Perspektif merupakan sebuah cara pandang pada sebuah masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu yang digunakan dalam melihat suatu fenomena (Martono:2010). Dapat dijelaskan bahwa, perspektif memiliki makna yaitu sudut pandang bagaimana seseorang dalam menafsirkan suatu hal yang dapat dimengerti secara lisan atau tulisan. Hampir setiap hari, orang memberikan perspektif mereka tentang banyak hal. Misalnya, di media sosial, orang selalu memberikan perspektifnya tentang sesuatu, seperti dengan berkomentar.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Teori Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fenomena Video Blog Di Media Sosial: Studi Tnografi Virtual Melalui Virtual Di Youtube.	Hasfa Mariza	2019	Etnografi Virtual	Bahwa fenomena yang terjadi di dalam ruang virtual menghasilkan sebuah kebudayaan yang terjadi dari realitas kegiatan keseharian yang dilakukan <i>Vlogger</i> , pola prilaku, dan gaya bahasa yang digunakan di dalam virtual <i>Vlog</i> . Yang dapat disimpulkan bahwa antara yang terjadi di ruang virtual tidak selalu berbeda dengan apa yang terjadi di ruang nyata
2.	Persepsi Mahasiswa Pencinta Alam Terhadap Tayangan My Trip My <i>Adventure</i> Di Transtv (Studi Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Muhammadiyah Riau)	Syaiful Arif	2015	Persepsi	Hasil penelitiannya adalah: (1) pada tahapan atensi atau perhatian, pada tayangan tersebut sudah bisa menarik perhatian untuk menonton tayangan tersebut. (2) pada tahapan interpretasi/persepsi, jika didasarkan pada nilai yang dianut meliputi faktor kegunaan, kebaikan, serta kepuasan terhadap tayangan, mahasiswa mengatakan cukup positif. Berdasarkan pesan tayangan juga dikatakan cukup positif oleh mahasiswa.
3.	Persepsi Mahasiswa Pencinta Alam Terhadap Tayangan My Trip My <i>Adventure</i> di Trans Tv (Studi Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Muhammadiyah Riau)	Deni Riyanto	2017	Persepsi	Hasil penelitiannya adalah Tayangan televisi dapat mempengaruhi persepsi seorang individu. Besarnya pengaruh bergantung pada intensitas menonton, frekuensi menonton, dan kemampuan individu mengelola informasi. Informasi yang dikelola dengan baik akan menghasilkan informasi yang baik dan dapat berdampak positif bagi diri individu.

					Berdasarkan hasil penelitian, bahwa persepsi mahasiswa pencinta alam terhadap tayangan <i>my trip my adventure</i> di Trans TV (Studi pada mahasiswa pencinta alam Universitas Muhammadiyah Riau) adalah 90,97% atau dengan kategori baik, karena berada pada interval 66.67% - 100%.
4.	Hasrat Muslimah Milenial Terhadap <i>Beauty Vlogger</i> Perspektif Jacques Lacan	Nur Hidayatul Ilmiyah	2019	Psikoanalisis Jacques Lacan	Dengan hasil penelitian adalah 1) Hasrat imajiner Muslimah milenial terhegemoni dengan citra dirinya yang menjelma dalam diri <i>Vlogger</i> dengan beberapa produk yang ditawarkan. 2) Hasrat simbolik Muslimah milenial semakin membesar karena mitos kecantikan yang sudah terkonstruksi dalam dirinya mendominasi. 3) Hasrat riil Muslimah milenial merupakan hasrat yang mustahil dilakukan karena hasrat menginginkan kesempurnaan yang kontinu sehingga tidak akan merasa puas.
5.	Pemaknaan Khalayak Terhadap Video-Video Reza Oktovian Di Jejaring Sosial Youtube	Muhammad Wahyu Rizki Waskita	2018	Teori Resepsi Stuart Hall	Pemaknaan penonton terhadap video-video oleh Reza Oktovian yang ada di Youtube adalah video-video oleh Reza Oktovian untuk menunjukkan dirinya kepada pemirsa, dimana pemirsa dapat melihat momen terbaiknya dalam waktu yang singkat namun dengan adegan yang padat. Penggunaan bahasa yang baik dan benar seharusnya menjadi salah satu ciri yang dapat menarik khalayak untuk menikmati konten yang ada pada media, terutama media yang menggunakan audio dan visual untuk menerima pesannya. Reza Oktovian yang menggunakan bahasa kasar dan umpatan-umpatan dalam channel Youtube-nya masih memiliki tingkat popularitas yang tinggi, meskipun muncul beberapa

					berita dan petisi yang memiliki 5.026 pendukung yang menunjukkan keresahan khalayak internet yang ada di Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengetahui pemaknaan penonton terhadap video-video oleh Reza Oktovian yang ada di Youtube.
--	--	--	--	--	---



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan di lapangan. Oleh karena itu analisis data yang dilakukan bersifat induktif (Zuchri Abdussamad, 2021:47).

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks, dan rinci. Penelitian yang menggunakan pendekatan induksi yang mempunyai tujuan penyusunan konstruksi teori atau hipotesis melalui pengungkapan fakta merupakan penelitian yang menggunakan paradigma kualitatif (Eko Murdiyanto, 2020:20).

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Mulyana menyebutkan pendekatan fenomenologi termasuk pada pendekatan subjektif atau interpretif (Mulyana, 2001:59). Lebih lanjut Maurice Natanson mengatakan bahwa istilah fenomenologi dapat digunakan sebagai istilah generik untuk merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial (Mulyana, 2001: 20-21).

Fenomenologi berupaya mengungkapkan dan memahami realitas penelitian berdasarkan perspektif subjek penelitian. Seperti yang dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor (1975:2): *“The fenomenologist is concerned with understanding human behavior from the actor’s own frame of reference”*. Hal ini menuntut bersatunya subyek peneliti dengan subyek pendukung obyek penelitian. Keterlibatan subyek peneliti di lapangan menghayatinya menjadi salah satu ciri utama penelitian dengan pendekatan fenomenologi.

Fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini dalam perspektif Alfred Schutz yang lebih menekankan pada pentingnya intersubjektivitas. Inti dari fenomenologi Schutz adalah memandang bahwa pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial apapun (Mulyana, 2001:62). Schutz (dalam Creswell, 1998:53) menjelaskan bahwa fenomenologi mengkaji bagaimana anggota masyarakat menggambarkan dunia sehari-harinya, terutama bagaimana individu dengan kesadarannya membangun makna dari hasil interaksi dengan individu lainnya.

Penelitian fenomenologi pada hakekatnya adalah berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas. Fenomenologi mencari jawaban tentang makna dari suatu fenomena. Pada dasarnya, ada dua hal utama yang menjadi fokus dalam penelitian fenomenologi yakni:

- a. Textural description: apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena. Apa yang dialami adalah aspek objektif, data yang bersifat faktual, hal yang terjadi secara empiris.
- b. Structural description: bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya. Deskripsi ini berisi aspek subjektif. Aspek ini

menyangkut pendapat, penilaian, perasaan, harapan, serta respons subjektif lainnya dari subjek penelitian berkaitan dengan pengalamannya itu (Hasbiansyah. 2008:171).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama satu bulan dan berlokasi di Sekretariat MAHASISWA PENCINTA ALAM UNIVERSITAS MEDAN AREA yang beralamat Jl. Kolam No. 1.

3.3 Sumber data

3.3.1 Data primer

Data primer merupakan data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diperoleh sendiri oleh lembaga yang bersangkutan. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer yaitu melalui observasi dan wawancara. Dalam hal ini informan yang dipilih peneliti yaitu anggota aktif Mahasiswa Pencinta Alam universitas Medan Area.

3.3.2 Data sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi (Ruslan, 2010:138) Adapun data sekunder dalam penelitian ini diantaranya, jurnal, skripsi, dan bahan pustaka lain.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Wawancara

Teknik pengumpulan data utama dalam studi fenomenologi adalah wawancara mendalam dengan informan untuk mengungkap arus kesadaran. Pada proses wawancara, pertanyaan yang diajukan tidak berstruktur, dan dalam suasana yang cair. Wawancara tidak terstruktur memiliki ciri-ciri, yaitu pertanyaan sangat terbuka, kecepatan wawancara sangat sulit diprediksi, sangat fleksibel, pedoman wawancara sangat longgar urutan pertanyaan, penggunaan kata, alur pembicaraan, dan tujuan wawancara adalah untuk memahami suatu fenomena. (Faiq, 2012: 38)

Wawancara mendalam dipilih pada penelitian ini dianggap akan lebih mendapatkan informasi secara *face to face*, melalui sikap, pandangan informan, pengetahuan, dan pengalaman dengan cara leluasa tanpa adanya tekanan dari orang lain atau adanya rasa malu dalam mengeluarkan pendapat-pendapatnya. Dalam hal ini akan menemukan perspektif Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area terhadap *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*.

3.4.2 Observasi

Peneliti memiliki peran yang aktif dalam situasi lingkungan tertentu. Yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap informan penelitian dan kemudian peneliti secara aktif melakukan wawancara dengan informan untuk memperoleh informasi dan data lengkap (Ruslan, 2010:36).

Dalam penelitian ini observasi yang ingin di dapatkan adalah untuk mengetahui bagaimana kondisi para informan di lapangan yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung sehingga menemukan perspektif Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area terhadap *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi berguna sebagai pelengkap dari pengguna teknik pengumpulan data dengan observasi maupun wawancara. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hal ini ditempuh peneliti guna memperoleh data yang lebih autentik. Dokumentasi tersebut berupa tulissan-tulissan berbentuk catatan, buku, naskah, teks materi, dokumen ataupun arsip-arsip. Yang terkait dengan pembahasan penelitian ini. Dari dokumentasi tersebut, nantinya penulis gunakan untuk mengumpulkan data. Dengan mempelajari bahan tertulis sehingga dapat membantu penulis dalam mencari informasi yang terkait dengan permasalahan penelitian (Rahmah, 2013:13-14).

Dalam peneliutian ini dokumentasi dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan bukti yang akurat dari pencatatan data-data yang terkait informasi pada penelitian ini berupa dokumentasi saat wawancara dengan narasumber terikait perspektif Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area terhadap *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*.

3.5 Teknik Analis Data

Teknik Analisis Data Analisis data dalam penelitian ini dilakukan sebelum, sedang dan setelah selesai dari lapangan. Nasution dalam Sugiyono (2018: 245), mengatakan bahwa awal mula analisis data adalah sejak peneliti merumuskan dan juga menjelaskan suatu masalah. Sebelum terjun langsung ke lapangan, dan akan terus berlangsung sampai penulisan hasil penelitian selesai.

Analisis data difokuskan dan dilakukan bersamaan dengan dilakukannya pengumpulan data. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yaitu mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman.

Dalam Sugiyono (2018:246) bahwa dilakukan nya analisis data ini secara interaktif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun analisis data yang dilakukan penulis yaitu dengan merangkum terlebih dahulu hasil wawancara dan observasi yang terkait dengan perspektif MAPALA UMA tentang *Vlog Atap Negeri*. Selanjutnya penulis menyajikan data dalam bentuk bagan dan teks naratif dan kemudian menarik kesimpulan.

3.5.1 Reduksi Data

Reduksi data artinya merangkum, memilih, memfokuskan pada aspek yang penting serta dicari tema dan polanya (Sugiyono, 2018: 247). Setelah dilakukan reduksi data maka akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah penulis untuk kemudian melakukan pengumpulan data selanjutnya, sebab data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, kompleks dan rumit. Dalam reduksi data, peneliti memilih dan menyederhankan data agar memberikan kemudahan ketika menyimpulkan hasil akhir penelitian. Dalam reduksi data, seluruh hasil penelitian dari lapangan yang telah dikumpulkan kembali dipilah untuk menentukan data mana yang tepat untuk digunakan. Dalam penelitian ini, penulis mereduksi data dengan cara mengumpulkan data terlebih dahulu dengan melakukan wawancara dan observasi. Hasil dari wawancara mengenai perspektif mahasiswa dan mahasiswi terkait *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari* selanjutnya dicatat dan kemudian dipilih serta disederhankan agar lebih mudah untuk disimpulkan.

3.5.2 Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah peneliti melakukan reduksi data. “Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam beberapa bentuk seperti uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori (Sugiyono, 2018: 249)”. Penulis menyajikan data yang telah direduksi dalam bentuk teks naratif dengan struktur yang sistematis yang tersusun dalam beberapa bagian. Peneliti selanjutnya menganalisis secara lebih mendalam untuk menemukan hubungan interaktif antara bagian-bagian tersebut. Pada bagian ini penulis menyusun data yang dianggap relevan sehingga menjadi suatu informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penyajian data setelah melakukan reduksi data terhadap perspektif MAPALA UMA terkait *Vlog* Ekspedisi Atap Negeri Fiersa Besari. Bentuk penyajian data dalam penelitian ini adalah bagan dan teks naratif. Dimana bagan digunakan untuk melihat identitas dari informan serta teks naratif digunakan untuk menjelaskan secara rinci terkait perspektif MAPALA UMA tentang *Vlog* Ekspedisi Atap Negeri Fiersa Besari dalam mengeksplorasi gunung di Indonesia.

3.5.3 Conclusion Drawing/Verification (Penarikan kesimpulan dan verifikasi)

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Setiap kesimpulan yang dikemukakan diawal sifatnya masih sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya (Sugiyono, 2018:253). Kesimpulan yang didapat harus didukung oleh data-data yang konsisten dan valid yang ditemukan di lapangan. Kesimpulan

dalam penelitian kualitatif bisa menjawab rumusan masalah yang dirumuskan dari awal, tetapi bisa juga tidak, karena sama seperti yang telah dikemukakan diawal bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Setelah data terkumpul dan dikelompokkan maka data dianalisis serta diberimakna dengan cara mengklasifikasikan nya pada kerangka teori yang ada dan kemudian disimpulkan.

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik Analisis Triangulasi dipilih sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data. Teknik pemeriksaan keabsahan data ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepercayaan (kredibilitas) sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Analisis Triangulasi sama dengan menganalisis jawaban dari informan dengan cara meneliti kebenarannya menggunakan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Di sini, jawaban subjek akan di cross – check dengan dokumen atau bahan referensi yang sudah ada (Kriyantono, 2014:72). Dalam penelitian ini, teknik keabsahandata yang digunakan adalah triangulasi teknik. Menurut Dwidjowinoto dalam Kriyantono (2014:72) adapun yang dimaksud dengan Triangulasi teknik yaitu usaha untuk mengecek keabsahan data dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data dengan tujuan untuk mendapatkan data yang relevan. Peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Triangulasi teknik digunakan jika data yang diperoleh dari informan penelitian diragukan kebenarannya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

MAPALA UMA menjadikan *vlog* Atap Negeri Fiersa Besari sebagai pengetahuan terbaru mengenai pendakian di beberapa jenis gunung yang berbeda. Adapun pada *Instastory* Atap Negeri berpesan bahwa *Vlog* ini berhasil memberikan gambaran edukasi dari sebuah perjalanan petualangan alam bebas yang ada di Gunung Indonesia. Hal ini dapat dijadikan oleh MAPALA UMA sebagai jendela dan pemetaan terhadap gunung-gunung yang ada di pulau Jawa bahkan di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat dan sebagai bahan pertimbangan bagi pengguna YouTube dan peneliti lain. Adapun sarannya sebagai berikut:

1. Untuk *content creator* diharapkan video-video yang diupload di YouTube selalu mengedukasi dan memiliki pesan moral yang terkandung didalamnya. Agar menambah ketertarikan orang untuk melihat dan membuktikan bahwa video pendakian masih memiliki peminat.
2. Untuk para pendaki yang menonton *Vlog* Atap Negeri Fiersa Besari guna menambah informasi seputar pendakian gunung yang ada di Indonesia lebih mencerna dan menyaring informasi secara bijak.
3. Penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini kedepannya diharapkan dapat menggali informasi dari sumber-sumber yang lebih luas dan pertanyaan yang variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Biagi, Shirley. (2010). *Media Impact Pengantar Media Massa*. Salemba Humanika, Jakarta.
- Creswell, John W. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Keempat (Cetakan Keempat). Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Gunawan, I. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. *Jakarta: Bumi Aksara, 143*, 32-49.
- Hasbiansyah, O. (2008). *Pendekatan feneomenologi: Pengantar praktik penelitian dalam ilmu sosial dan komunikasi*. *MediaTor*, 9 (1), 163-180.
- Imran, H. A. (2013). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1), 47-60.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291-296.
- McQuail, Dennis. 2011. *McQuail Mass Communication Theory*. London: Sage Publication.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Mulyana, Deddy. (2005) *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: Erlangga.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books, 1(1).
- Romli, Khomsarial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Rukin, S. P. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: University of Illinois Press.

Vivian, John. (2015). *Teori Komunikasi Massa*. Kencana. Jakarta: kencana

Jurnal:

Mu'ammam, M. N. (2017). Analisis Fenomenologi Terhadap Makna dan Realita. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 13(1), 120-135.

Nuryana, A., Pawito, P., & Utari, P. (2019). Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi. *Ensains Journal*, 2(1), 19-24.

Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2019). Strategi Pemanfaatan Media Baru NET.TV. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 21-36.

Rahardjo, M. (2018). Studi Fenomenologi Itu Apa?.

Rorong, M. J. (2020). *Fenomenologi*. Deepublish.

Strangelove, M. (2020). *Watching YouTube*. University of Toronto Press.

Syahril Iskandar, M. (2020). Metode Fenomenologi.

Tajibu, Kamaluddin. (2013). Metode Penelitian Komunikasi.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.

Wirman, W., & Gustina Sari, G. (2019). Fenomenologi dalam Perspektif Ilmu Komunikasi.

Skripsi:

Arif, Syaiful. (2015). *Persepsi Mahasiswa Pencinta Alam Terhadap Tayangan My Trip My Adventure di Transtv (Studi Mahasiswa Pencinta Alam Univeritas Muhammadiyah Riau)*. Retrieved 2015, from Google Scholar: <https://lib.umri.ac.id>

Hidayatul, Ilmiyah Nur. (2019). *Hasrat Muslimah Milenial Terhadap Beauty Vlogger Perspektif Jacques Lacan*. Retrieved 2019, from Google Scholar: <http://repository.uinsby.ac.id>

Mariza, Hasfa. (2019). *Fenomena Video Blog di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual melalui Virtual di YouTube*. Retrieved 2019, from Google Scholar: <https://repository.mercubuana.ac.id>

Riyanto, Deni. (2017). *Persepsi Mahasiswa Pencinta Alam Terhadap Tayangan My Trip My Adventure di Transtv (Studi Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Muhammadiyah Riau)*. Retrieved 2017, from Google Scholar: <https://lib.umri.ac.id>

Rizki, Waskita Wahyu. (2018). *Pemaknaan Khalayak Terhadap Video-Video Reza Oktavian di Jejaring Sosial YouTube*. Retrieved 2018, from Google Scholar: <https://ejournal3.undip.ac.id>

Sumber lain:

AD/ART (2022) Mahasiswa Pencinta Alam Universitas Medan Area

Data. Reportal (2022). *Essential YouTube statistics and trends for 2022*, from Google: <https://datareportal.com/essential-youtube-stats>

Detik.com: Sekilas Soal Hipotermia, Kondisi yang Dialami Pendaki Gunung Bawakaraeng
<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4024854/sekilas-soal-hipotermia-kondisi-yang-dialami-pendaki-gunung-bawakaraeng> (diakses pada 9 Maret 2022)

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif: Destinasi pariwisata Indonesia Jadi Tempat Liburan Pesohor Dunia.
<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Destinasi-Wisata-Indonesia-Jadi-Tempat-Liburan-Pesohor-Dunia> (diakses pada 9 Maret 2022)

Kompas.com: Kecelakaan Pendakian Gunung di Indonesia Meningkat 4 Tahun Terakhir
<https://travel.kompas.com/read/2019/03/06/170000227/kecelakaan-pendakian-gunung-di-indonesia-meningkat-4-tahun-terakhir?page=all> (diakses pada 9 Maret 2022)

Tubics. (2022). *How Many YouTube Channels Are There?*, from Google: <https://www.tubics.com/blog/number-of-youtube-channels>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi penelitian



Wawancara dengan informan Kepala Divisi Konservasi Sri Yunita Pelawi (21 Thn) di Sekretariat MAPALA UMA pada Jumat, 19 Agustus 2022.



Wawancara dengan informan Kepala Devisi Kesekretariatan Lina Marpaung (23 Thn) di Sekretariat MAPALA UMA pada Jumat, 19 Agustus 2022.



Wawancara dengan informan Abdul Rahman Nasution Anggota Muda MAPALA UMA (23 Thn) di Universitas Medan Area pada Selasa, 23 Agustus 2022.



Wawancara dengan informan Guru Maratawan Sipahutar (25 Thn) Demisioner Ketua Umum MAPALA UMA Periode 2017/2018 yang berlangsung di Jl.Rakyat, Medan Perjuangan pada Rabu, 24 Agustus 2022.



Wawancara dengan informan Ishak Hasibuan (26 Thn) divisi panjat tebing di sekeretariat MAPALA UMA pada Rabu, 24 Agustus 2022.

Lampiran 2. Pedoman wawancara

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Pertanyaan Dasar

1. Apa kamu tahu YouTuber *Fiersa Besari*?
2. Darimana awal kamu tahu *Fiersa Besari*?
3. Apakah kamu tahu *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*?
4. Sudah berapa lama kamu menonton *Vlog Atap Negeri*?

Penggunaan YouTube terkait *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari* dari perspektif Mahasiswa Pencinta Alam.

1. Apa yang membuat kamu tertarik menonton *Vlog Atap Negeri*?
2. Mengapa teman kamu merekomendasikan untuk menonton Atap Negeri?
3. Mengapa kamu tertarik dengan obrolan saat perjalanan pendakiaannya?
4. Menurut kamu apakah *Vlog Atap Negeri* memberi edukasi kepada pendaki? Jika iya edukasi seperti apa yang kamu dapat ketika menonton *Vlog Atap Negeri*?
5. Menurut kamu apakah *Vlog Atap Negeri* memberikan pengaruh terhadap dunia pendakian?
6. Seperti apa pandangan kamu sebagai anak MAPALA mengenai *Vlog Atap Negeri*?
7. Menurut kamu episode pendakian gunung apa yang paling berkesan? Alasannya?

8. Menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri layak ditonton oleh semua kalangan?
9. Apa harapan kamu sebagai Mahasiswa Pencinta Alam untuk *Vlog* Atap Negeri?



Lampiran 3. Hasil Wawancara

1. Informan I

Nama : Sri Yunita Pelawi
Tempat/Tanggal lahir : Sorek, 17 Juli 2001
Divisi : Kadiv. Konservasi MAPALA UMA
Tanggal wawancara : Jumat, 19 Agustus 2022

Sri Yunita Pelawi Mahasiswi aktif Universitas Medan area prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik stambuk 2019 terpilih menjadi informan pertama saya. “Yuni” panggilan akrab dirinya ke sesama anggota MAPALA UMA saat ini berusia 21 tahun. Lahir di Sorek Riau, 17 Juli 2001, anak kedua dari tiga bersaudara dan saat ini Informan tinggal di Jl.Kolam. Status keanggotannya ialah Anggota Biasa angkatan 23 Natadiaksa di MAPALA UMA menjabat sebagai Kepala Divisi Konservasi. Memiliki nama lapangan SELU nomor registrasi UMA.XXIII.ND.163.MPA.

Dengan situasi yang tenang dan santai pertanyaan pertama yang peneliti ajukan kepada informan pertama ialah apakah kamu tahu YouTuber Fiersa Besari?

“ya”

Kemudian karena informan tahu Fiersa Besari, Peneliti menggali lagi dan melontarkan pertanyaan darimana awal kamu tahu Fiersa Besari?

“eee... awalnya dia itu muncul di beranda Instagram ku disalah satu akun pendakian gitu. Dia muncul dengan kata-kata puitisnya, eh kok relate gitu kan. Kebetulan juga aku suka mendaki nih jadi ya.. aku follow instagramnya lumayan jadi nambah-nambah referensi gitulah”.

Kemudian pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah Apakah kamu tahu *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*?

“Tau tau itukan konten terbaru dia yang kerjasama sama eiger, setiap *Instastory*nya itu ga pernah ke skip jadi selalu mantengin aktivitasnya, dan aku tu udah *subscribe channel* YouTube dia jauh sebelum ada *Vlog Atap Negeri*, *channel* YouTube dia itu hampir semua berhubungan dengan pendakian jadi aku suka”.

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah sudah berapa lama kamu menonton *Vlog Atap Negeri*?

“Ini kan kalo gasalah kak *Vlog*nya dari tahun 2020, Sedari upload ekspedisi dia yang pertama aku udah ngikutin, trus pun semua partnya ga pernah ada yang ke skip. Berarti kalo dihitung udah berapa lama ya kurang lebih udah 2 tahunan juga kak. Trus pun aku aktifkan notifikasi ku biar setiap dia *upload* itu muncul dilayar ku bahwasannya ada konten baru dari dia”.

Ketika menonton karya seseorang pasti ada hal yang membuat kita tertarik menonton karya tersebut. Jadi, apa yang membuat kamu tertarik menonton *Vlog Atap Negeri*?

“Yang bikin aku tertarik, kontennya itu menurutku termasuk mengedukasi soal *track-track* gunung di Indonesia trus disela sela pendakianya mereka banyak becanda jadi capeknya ga keliatan walaupun pastinya capek ya tapi fiersa pandai mengakalinya supaya tetap semangat, dan trus pun pengambilan gambarnya juga bagus”.

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan Menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri memberi edukasi kepada pendaki? Jika iya edukasi seperti apa yang kamu dapat ketika menonton *Vlog* Atap Negeri?

“iyalah kak, Pastinya memberikan edukasi terutama untuk orang-orang yang suka main di alam. Karna disetiap pendakian dia selalu menjelaskan macam-macam trek yang dia jalani, misalnya kayak manajemen makanan yang benar benar diperhatikan oleh timnya. Misalnya dia mendaki selama tiga hari tuh kan. jadi kita harus prepare soal manajemen makanan dan dia juga menjelaskan bagaimana cara menghadapi binatang-binatang gunung. Kayak umumnya ajalah pacet sama babi hutan”.

Kemudian pertanyaan selanjutnya adalah Menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri memberikan pengaruh terhadap dunia pendakian?

“iya, karna kan seperti yang saya bilang tadi *Vlognya* mengedukasi dan sejauh aku ngikutin ada juga buruknya, ada di pendakian gunung rinjani fiersa ga nerapin SOP pendakian mereka melanggar peraturan waktu pendakian yang sudah ditetapkan oleh pengelola gunung trus jadinya orang tu *blacklist* gak boleh mendaki rinjani selama 2 tahun. Mungkin karna kondisi yang ga mendukung juga dan ada target yang memang harus dikejar ya. Tapi sejauh ini okok ajalah dan banyak hal lain juga kan yang bisa diikuti. Kan gak mesti liat kesalahannya aja banyak hal lain yang diterapkan sama fiersa yang bisa kita ikuti”.

Sebagai penggiat alam pasti memiliki pandangan tersendiri mengenai konten petualangan seperti *Vlog* Atap Negeri. Seperti apa pandangan kamu sebagai MAPALA mengenai *Vlog* Atap Negeri?

“Kalo ditanya Pandangan menurut saya bagus karna dari yang kita tau kan *Vlog* ini menceritakan tentang pendakian kesuatu gunung yang mana pastinya mengajarkan kepada orang-orang di jaman sekarang khususnya anak muda bahwa untuk sekedar berlibur atau menenangkan diri tidak perlu keluar negeri tapi bisa menikmati alam di negeri kita ini”

Pertanyaan selanjutnya adalah Menurut kamu episode pendakian gunung apa yang paling berkesan? Alasannya?

“Episode yang di Gunung Mekongga Sulawesi Tenggara, karna disitu fiersa dan eki sikameramennya hampir nyerah karna diguyur hujan sedari awal dimulainya pendakian trus juga gigitan pacet yang ga biasa sampek ngebuat mereka jatuh demam, agak flashback juga ke pengalaman pribadi waktu diksar mapala seminggu di hutan, diguyur hujan digigit pacet, pacet di gunung ini agak beda gak kek pacet-pacet disawah, kalo kami bilang pacet terbang karna tiba-tiba

uda nempel dimuka aja. Paling terkesannya itu pas sampek dipuncak fiersa netesin air mata dan aku juga Reflek keikut netesin air mata”.

Kemudian pertanyaan selanjutnya adalah Menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri layak ditonton oleh semua kalangan?

“Pastinya layak, karna kontennya ga mengandung sensitif, trus pun kan dari yang kita liat zaman sekarang banyak anak muda yang berkecimpung kedunia pendakian, supaya lebih nerapin lagi dasar-dasar SOP pendakian, ya selayaknya toton *Vlog* fiersa, fiersa juga cukup terkenal dan bisa memberi pengaruh yang baik Terutama untuk anak milenial yang masih rentan terpengaruh”.

Pertanyaan terakhir ialah Apa harapan kamu sebagai Mahasiswa Pencinta Alam untuk *Vlog* Atap Negeri?

“Harapanya selalu menerapkan SOP pendakian SOP pendakian itu sangat penting. Trus semakin sukses la untuk Atap Negeri, semakin menginspirasi mahasiswa bahkan penikmat alam lainnya”.

2. Informan II

Nama : Lina Marpaung
Tempat/Tanggal lahir: Balige, 2 Mei 1999
Divisi : Kadiv. Kesekretariatan MAPALA UMA
Tanggal wawancara : Jumat, 19 Agustus 2022

Menjabat sebagai Kepala Divisi kesekretariatan Lina Marpaung juga Mahasiswi aktif prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area stambuk 2018. Berusia 22 tahun dan saat ini tinggal di Jl.Tuasan. Akrab disapa dengan nama lapangan LINCE adalah Anggota Biasa angkatan 23 Natadiaksa nomor registrasi UMA.XXIII.ND.167.MPA.

Pada saat wawancara, pertanyaan yang diajukan tidak berstruktur dan dalam suasana yang cair. Pertanyaan pertama yang peneliti ajukan kepada informan kedua adalah Apa kamu tahu *YouTube* Fiersa Besari?

“Iya, Saya tau”

Pertanyaan selanjutnya adalah Apakah kamu tahu *Vlog* Atap Negeri Fiersa Besari?

“Tahu, tapi tidak terlalu mendalam sih. pertamanya itu tau dari kawan, trus karna mungkin agak seru untuk ditonton muncul juga di beranda Instagram dan beberapa kali buka akun *YouTube*-nya”.

Pertanyaan selanjutnya adalah Mengapa teman kamu merekomendasikan untuk menonton Atap Negeri?

“awalnya cari-cari gunung yang seru untuk di daki kan sebagai referensi lah. trus salah satu kawan nawarin untuk nonton *Vlog* Fiersa Besari ini. Nah dari situlah awalnya”.

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan adalah Sudah berapa lama kamu menonton *Vlog* Atap Negeri?

“Berapa lamanya kurang tahu. Karna kan nontonnya gak selalu itu, jadi ya kalau tertarik ya nonton kalau enggak ya enggak. Tergantung gunung yang di daki sih. Sama biasanya aku nonton konten Atap Negeri kalau pas masuk trending YouTube”.

Peneliti pun menanyakan Apa yang membuat kamu tertarik menonton *Vlog* Atap Negeri? dengan sangat santai informan menjawab.

“Oke, yang buat aku tertarik nonton *Vlog* ini ya mungkin karna juga hobi di pendakian ya.. jadi kadang liat-liat referensi dari akun YouTube. Kalau disana kan saat mendaki harus tahu apa yang harus dilakukan, jalur saat pendkian untuk dilalui, soal memasang tenda yaa.. trus gunung apa yang cocok untuk pemula atau untuk yang pro gimana serunya saat perjalanan trek menuju puncak gitu. Di *Vlog* ini diceritakan semua”.

Pertanyaan peneltli selanjutnya. Menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri memberi edukasi kepada pendaki? Jika iya, edukasi seperti apa yang kamu dapat ketika menonton *Vlog* Atap Negeri?

“Menurut aku iya, satu kan di *Vlog* itu ditayangkan bagaimana kondisi gunung yang akan dituju. Jadi kita lebih tahu keadaan gunung yang akan dilakukan untuk pendakian. Trus pun menginspirasi bagi orang-orang dari cerita-cerita tim atap negeri sepanjang perjalanan. Dia juga memberikan tips apa yang harus dipersiapkan saat melakukan pendakian. Karena disetiap gunung itu berbeda-beda kondisinya”.

Pertanyaan yang peneliti ajukan selanjutnya ialah Menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri memberikan pengaruh terhadap dunia pendakian?

“Adanya *Vlog* ini menurut Saya berpengaruh ya bagi dunia pendakian. Bahkan tidak hanya dunia pendakian di dunia ekowisata berpengaruh juga. Karna darisini kan timbul pro kontranya tiap pribadi orang tentang alam yang ada. Karna di *Vlog* ini memang menggambarkan soal ketertarikan terhadap alam jadi menurut saya baik”.

Pertanyaan selanjutnya adalah Seperti apa pandangan kamu sebagai MAPALA mengenai *Vlog* Atap Negeri?

“Pandangan aku mengenai *Vlog* Atap Negeri dari Fiersa Besari yaa.. menurut aku yaa bagus sih.. apalagi dikalangan sekarang jarang anggota muda yang memang disaat dia yaa mungkin memerlukan suatu ketenangan pergi kealam jarang sekarang. Jadi *Vlog* ini mungkin dia membuat beberapa orang atau kalangan sekarang jadi tertarik untuk menikmati alam khususnya di Indonesia ini, tu jadi nilai plus untuk *Vlog* ini. Tapi ada juga beberapa yang membuat minus disini ya menurut aku di vlog ini. Satu kadang di *Vlog* ini ada yang tidak mengikuti SOP pendakian, kadang mendaki diatas jam enam sore bahkan sampai malam padahal kan itu gak disarankan. Tapi kita gatau kan ntah itu kebutuhan mereka karna ngejar waktu atau gimana”.

Pertanyaan berikutnya yang peneliti ajukan ialah Menurut kamu episode pendakian gunung apa yang paling berkesan? Alasannya?

“Episodenya kurang ingat ya.. tapi kalau gak salah di Gunung Talamau yang ada beberapa danau. Jadi pas kita udah hampir sampai puncak ada Nampak beberapa danau yang pemandangannya keren. Jadi gak nyangka juga ketika sudah di sekian Mdpl pemandangan tuh makin terlihat bagus. Jadi pengen kesana juga lah gara-gara itu”.

Pertanyaan berikutnya yang peneliti ajukan adalah Menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri layak ditonton oleh semua kalangan?

“Menurut aku layak tidaknya tergantung pribadi orang yaa. Tapi kalau aku pribadi layak, karna disini kan tidak ada ditampilkan unsur kekerasan atau apapun justru mengedukasi tentang alam. Jadi menurut aku sangat layak untuk ditonton semua kalangan dari anggota-anggota sampai orangtua”.

Tiba pada pertanyaan terakhir peneliti mengajukan Apa harapan kamu sebagai Mahasiswa Pencinta Alam untuk *Vlog* Atap Negeri?

“yaa... itu aku harapannya karna pengikut Atap Negeri ini sudah banyak dan memikat para kaum muda jadi harapannya selalu mengedukasi, selalu memberikan contoh yang baik juga soal merawat alam bukan soal enakny mendaki mereka juga harus memberikan edukasi tentang menjaga flora dan fauna demi kelestariannya. Dan dari aku bolehlah *Vlog* ini memberikan sedikit gambaran kepada pemerintah soal bahwasannya pendakian ini gak semata-mata pendakian aja tapi juga berpengaruh terhadap kondisi baik tidaknya lingkungan hidup dan manusia”

3. Informan III

Nama : Abdul Rahman Nasution
Tempat/Tanggal lahir : AFDC, Tobasari, 17 November 1999
Status : Anggota Muda
Tanggal wawancara : Selasa, 23 Agustus 2022

Abdul Rahman Nasution merupakan Anggota Muda MAPALA UMA angkatan 23 Natadiaksa serta memiliki nama lapangan PANCI. Lahir di AFDC, Tobasari, 17 November 1999 anak ke 2 dari 3 bersaudara. Saat ini Abdul berusia 23 Tahun dan bertempat tinggal di AFDC, Tobasari Kec. Pematang Sidamanik, Kab. Simalungun, Sumatera Utara. Abdul juga mahasiswa aktif di Fakultas Hukum prodi Hukum Pidana Universitas Medan Area stambuk 2018.

Mengikuti teknik wawancara yang tidak berstruktur, sangat fleksibel dan dalam suasana yang cair peneliti mengajukan pertanyaan pertama berupa, Apa kamu tahu YouTuber *Fiersa Besari*?

“oh tau dong Fiersa, dia ini idola Saya didunia seni terutama di dunia penggiat alam”

Pertanyaan kedua pun dilanjut dengan, Darimana awal kamu tahu *Fiersa Besari*?

“Awal aku tahu Fiersa Besari itu dari karyanya yang sempat bumung. Dia kan punya lagu yang judulnya celengan rindu sama april, banyak sih lagunya Cuma kan yang sempat bumung dua lagu ini padahal ini termasuk lagu lamanya. Tapi lagu ini bumung ketika masa-masa dimana Fiersa sudah menyerah di industri musik, makanya melalui lagu inilah Saya tau bung Fiersa Besari”.

Dilanjutkan dengan pertanyaan ketiga ialah, Apakah kamu tahu *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*?

“Jelas tau lah. Aku gak pernah ketinggalan nonton ini. Setiap minggu kalo gasalah dia *upload* berapa hari sekali gitu. Ini konten Fiersa yang selalu kutunggu. Inikan bisa dibilang *Vlog* atau vidio dumentar lah yaa.”

Pertanyaan berikutnya yang peneliti ajukan adalah, Sudah berapa lama kamu menonton *Vlog Atap Negeri*?

“Sudah berapa lama kira-kira sejak *Vlog* ini rilis yaa.. kalo gasalah tahun 2020. Awalnya kan dia promosikannya lewat *Instagram stories* nya. Nah disitu langsung ku ikuti lah perkembangan projek ini, kapan rilisnya, ngapain aja gitu kan. Trus pun Atap Negeri ada akun *instagramn*-nya. Jadi akupun langsung lah follow biar gak ketinggalan informasi tentang Atap Negeri”.

Suasana semakin cair dan informan sangat *enjoy*. Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan ialah, Apa yang membuat kamu tertarik menonton *Vlog Atap Negeri*?

“Yang bikin aku tertarik, Atap Negeri ini kan projek besar yaa.. melakukan pendakian 33 gunung di 33 provinsi Indonesia. Pun setelah episode pertama rilis wiih keren kali lah. Memang asli pendakian yang sebenarnya. Capek dapat, senangnya dapat, serunya, apalagi kalo dah sampek pucak asli laah..terbayar semua. Dapat dia fill nya Atap Negeri ini sampek ke penonton. Trus pun tim Atap Negeri ini gak asal-asal mendaki dibawa orang itu juga penggiat alam kek MAPALA di daerah yang mereka tuju. Jadi aku sebagai anggota MAPALA merasa bangga jugalah makin tertarik juga aku nonton Atap Negeri”.

Pertanya selanjutnya adalah Menurut kamu apakah *Vlog Atap Negeri* memberi edukasi kepada pendaki? Jika iya edukasi seperti apa yang kamu dapat ketika menonton *Vlog Atap Negeri*?

“Iya, sangat memberi wawasan. Terlihat dari segi SOP-Nya. Disetiap pendakian yang dilakukan selalu memberikan peringatan-peringatan untuk menjadi pengingat bagi para pendaki baik itu pemula ataupun pro. Fiersa selalu mengingatkan bahwa SOP pendakian itu penting. Seperti peralatan yang dibawa saat pendakian, manajemen perjalanan. Manajemen perjalanan Atap Negeri ini kerenlah. Trus sama manajemen logistik. Jadikan ada gunung durasi pendakiannya itu mau seminggu. Selama seminggu itu kan harus tahu manajemennya seperti apa ROP-nya. Jadi Fiersa memberikan beberapa tips yang yang dilakukan saat pendakian di setiap gunung yang Ia daki mulai dari treck

pendakian eee..sama cuaca sih yang paling dia ingatkan. Trus adat dan budaya setempat yang harus dihargai”.

Pertanyaan berikutnya yang peneliti ajukan adalah, Bagimanana pandangan kamu sebagai anggota MAPALA mengenai *Vlog Atap Negeri*?

“pandangan ku ya sebenarnya biasa aja, karna ini konten kan. Kita taulah namanya juga konten pasti ada yang ditambah ada yang dikurang. Karna selama aku nonton ya persiapan fisik mereka itu kurang. Jadi ada di pendakian mana si fiersa mengalami keram di betisnya. Itu kan karna gak latihan fisik sebelumnya. Trus dari segi logistik kurang manajemen jadi cuma makan indomie. kan gak bagus untuk kesehatan apalagi saat melakukan pendakian.”

Adapun pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan ialah, Menurut kamu apakah *Vlog Atap Negeri* memberikan pengaruh terhadap dunia pendakian?

“Menurut ku iya. *Channel* YouTube Fiersa ini kan banyak penggemarnya berarti banyak juga penonton yang terinfluence dari konten yang dia buat. Nah melalui konten ini Atap Negeri terutama termasuk postif yang artinya bisa memberi dampak yang baik bagi penontonya, dari segi manajemen perjalanan, tips-tips pendakian. Dan akupun juga menerapkan tips-tips, informasi yang dia sampaikan. Berarti kan pengaruh baik Atap Negeri ini sama ku”.

Point pertanyaan berikutnya yang peneliti ajukan adalah, Menurut kamu episode pendakian gunung apa yang paling berkesan? Alasannya?

“ooh.. episode pendakian Gunung Binaiya. Jadi waktu perjalanan yang ditempuh untuk gunung ini selama seminggu. Akupun seketika ingat perjalanan diksar ku tahun 2019 seminggu juga kami itu di gunung menghadapi pacet-pacet yang ganas. Fiersa kasih tips ketika menghadapi pacet, apa yang harus dilakukan seperti pakai lejing, trus manset, sama semprotan autan sama air tembakau intinya semua badan harus tertutup dengan pakaian yang panjang. Nah di episode ini juga punya keindahannya khas, punya tempat horror, trek naik turun pegunungan, tangis haru ketika muncak lengkaplah aslii.”.

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan yaitu, Menurut kamu apakah *Vlog Atap Negeri* layak ditonton oleh semua kalangan?

“Pastinya iya layak untuk ditonton semua kalangan. Atap Negeri ini memberikan hal positif kepada penontonya berupa edukasi”.

Pertanyaan terakhir yang peneliti ajukan adalah, Apa harapan kamu sebagai Mahasiswa Pencinta Alam untuk *Vlog Atap Negeri*?

“Harapan Saya, *Vlog Atap Negeri* bisa memberikan manfaat untuk masyarakat khususnya teman-teman pencinta alam, dengan menonton Atap Negeri ada pengetahuan baru yang didapat. Trus lebih di tingkat kan lagi SOP pendakiannya”.

4. Informan IV

Nama : Ishak Hasibuan
Tempat/Tanggal lahir: Bahap, 4 Agustus 1996
Divisi : Panjat Tebing
Tanggal wawancara : Rabu, 24 Agustus 2022

Menjabat sebagai anggota divisi panjat Ishak Hasibuan adalah Anggota Biasa angkatan 20 Metamorfosa. Ishak juga mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area stambuk 2017. Saat ini tinggal di Bahab Kec. Dolok, Kab. Padang Lawas Utara dan merupakan anak ke 3 dari 4 bersaudara.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apa kamu tahu YouTuber *Fiersa Besari*? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Tau, Feirsa kan musisi juga itu”.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai darimana awal kamu tahu *Fiersa Besari*? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Aku tahu tau dari YouTube. Konten dia kan tentang jurnal perjalanan gitu ya.. kalo gak salah pun ada kontennya judulnya sebuah jurnal. Hah dari situ lah aku tau Fiersa”.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah kamu tahu *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Oh tau... ini kan sering trending juga di YouTube. Pun aku nonton juga konten pendakian dia ini”.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai Sudah berapa lama kamu menonton *Vlog Atap Negeri*? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“duh.. gak ku itung-itung pula lah. Tapi seingat ku lama juga udah aku nonton ini. Apalagi semenjak pendakian dia di atap Sumatera Utara ku tonton terus sampek sekarang”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai apa yang membuat kamu tertarik menonton *Vlog Atap Negeri*? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Yang buat aku tertarik dari narasinya sih. Fiersa kan terkenal dengan kata-katanya yang puitis trus realistis. Dia gak ketinggalan sama ciri khasnya ini di Atap Negeri. Jadi akupun penontonnya ikut terbawa lah sama kata-kata dia saat menceritakan perjalanan pendakiannya. Trus gak ketinggalan sama *footages*-Nya yang bikin Atap Negeri makin berkelas”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai apakah ada manfaat yang kamu dapat saat menonton *Vlog Atap Negeri*? Misal edukasi dan sebagainya. Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Pasti ada manfaat yang aku dapat. Makanya aku mau nonton Atap Negeri kan. Contohnya ya.. dari segi perjalanannya aku punya pengalaman yang berkaitan dengan *Vlog* Atap Negeri ini. Jadi Atap Negeri benar-benar menyampaikan fakta yang ada di lapangan. Dan disini pun fiersa sendiri menyampaikan informasi berupa edukasi kepada penontonnya. Seperti orientasi medan, manajemen logistik, perlengkapan pendakian yah.. intinya yang berhubungan dengan SOP pendakian”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai berbicara tentang edukasi, edukasi seperti apa yang kamu dapat saat menonton *Vlog* Atap Negeri? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Seperti yang sudah ku bilang tadi, edukasi dari orientasi medan. Di *Vlog* ini Fiersa menyampaikan bahwa setiap gunung itu memiliki ketinggian dan medan yang berbeda-beda. Kita sebagai pendaki tidak bisa menilai gunung hanya dari ketinggiannya saja. Contoh nih.. Gunung Pusuk Buhit ketinggiannya 1.982 mdpl terhitung hanya 200 mdpl dari pintu rimba sementara Sibayak 2.181 mdpl terhitung 1.300 mdpl dr pintu rimba. Nah, kan keliatan tuh orientasi medannya lebih jauh yang mana, pastinya pusuk buhit. Jadi tidak semua pendaki tau pengetahuan seperti ini. Yang dipikir kan selama ini semakin tinggi mdpl gunung maka semakin keren padahal tidak. Kita harus tau orientasi medannya. Nah dari Atap Negeri juga aku sadar pengetahuan ini”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri memberikan pengaruh terhadap dunia pendakian? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Menurut ku memberikan pengaruhnya ya. Karna apa-apa yang ada di internet itu pasti ada pengaruhnya entah itu baik atau buruk. Pengaruh buruknya seperti orang jadi berbondong-bondong lah naik karna gunungnya udah di daki sama Fiersa Besari lebih ke dampak negatif lingkungan jadinya. Nah kalau positifnya Atap Negeri ini menurut ku, karna kan ada edukasi didalamnya.jadi para pendaki bisa nambah ilmu pengetahuan seputar pendakian gunung di Indonesia dari *Vlog* Atap Negeri”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai seperti apa pandangan kamu sebagai anggota MAPALA mengenai *Vlog* Atap Negeri? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“biarpun aku cukup sering nonton pandangan ku sih *Vlog* Atap Negeri ini kurang ya, dalam arti ada pelanggaran-pelanggaran yang selalu terjadi ketika saat mereka melakukan pendakian. Perkara konten mereka memaksakan pendakian saat magrib. Padahal ini jadi contoh negative ke penonton, takutnya ada yang ikut-ikutan kekgitu. Itulah kenapa pendaki sering hilang ya karna ini. Mereka tidak meilihat estimasi waktu pendakian. Ketika sudah malam pasti akan kehilangan fokus dan pikiran pun sudah pasti kemana-kemana. Itu juga yang selalu ku tekankan kalo kami di lapangan kalo udah magrib selesaikan pendakian lanjutkan besok lagi”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai menurut kamu episode pendakian gunung apa yang paling berkesan? Alasannya? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Menurut ku Gunung Sibuatan sama Pusuk Buhit. Kenapa gunung ini karna akupun udah kesini. Jadi kayak ada kebanggan tersendiri aja gitu. Trus memang benar seperti yang diceritakan di Atap Negeri Sibuatan via Pancur Batu terkenal dengan lumpur sama lutut ketemu dagu”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai menurut kamu apakah *Vlog Atap Negeri* layak ditonton oleh semua kalangan? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“kalo dari aku pribadi layak lah. Apalagi anggota-anggota muda bisalah nonton ini untuk nambah-nambah pengetahuan seputar pendakian yakan”.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan mengenai Apa harapan kamu sebagai Mahasiswa Pencinta Alam untuk *Vlog Atap Negeri*? Ishak sebagai *viewers* mengatakan.

“Harapan ku yaa... ku harap Atap Negeri terus mengedukasi, memberikan suguhan tanyangan yang menarik kepada penonton dan selalu mengandalkan SOP pendakian itu sih paling penting”

5. Informan V

Nama : Guru Maratawan Sipahutar
Tempat/Tanggal lahir: Aek Tapa, 20 Juni 1997
Divisi : Demisioner Ketum. MAPALA UMA 2017/2018
Tanggal wawancara : Rabu, 24 Agustus 2022

Guru Maratawan Sipahutar lahir di Aek Tapa, 20 Juni 1997 anak ke 5 dari 6 bersaudara merupakan anggota biasa angkatan 20 Metamorfosa. Saat ini merupakan mahasiswa Fakultas Pertanian Prodi Agribisnis stambuk 2017. Bertempat tinggal di Jl.Rakyat, Medan Perjuangan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dalam suasana yang cair dan tidak berstruktur mengenai apa kamu tahu YouTuber *Fiersa Besari*? Guru mengatakan.

“Iya aku tau”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai darimana awal kamu tahu *Fiersa Besari*? Guru mengatakan.

“Awal tau Fiersa Besari dari *instastories* kawan yang unggah video pendek fiersa tentang quotes-quotes gitu”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai apakah kamu tahu *Vlog Atap Negeri Fiersa Besari*? Guru mengatakan.

“oh *Vlog* pendakian gunung itu kan.. tau, akupun termasuk lumayan sering nonton juga”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai sudah berapa lama kamu menonton *Vlog* Atap Negeri? Guru mengatakan.

“Belum lama juga sih aku nonton. Awal tahun ini juganya baru aku nonton Atap Negeri”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai apa yang membuat kamu tertarik menonton *Vlog* Atap Negeri? Guru mengatakan

“Selama aku nonton sih yang buat aku tertarik pasti obrolan saat perjalanan pendakiaannya sama euphoria mereka ketika sampek puncak”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai mengapa kamu tertarik dengan obrolan saat perjalanan pendakiaannya? Guru mengatakan.

“Jadi yang buat aku tertarik dari obrolan atau percakapan lah yaa kita bilang saat perjalanan pendakian Atap Negeri ini, mereka selalu mengajak SDM dari daerah mereka tuju yang pastinya berpengalaman juga contohnya mereka pernah ngajak anggota MAPALA trus WANADRI. Karna mereka bawa orang yang berpengalaman jadi ada bagian dimana Fiersa mengajak ngobrol mengenai informasi-informasi seputar pendakian. Jadi informasi yang mereka bicarakan ada pesan ke penonton. Contohnya ada obrolan seputar barang-barang yang tidak perlu dibawa saat melakukan pendakian. Masih banyak lagi sih.. tapi ya kek gitulah kira-kira”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri memberi edukasi kepada pendaki? Jika iya edukasi seperti apa yang kamu dapat ketika menonton *Vlog* Atap Negeri? Guru mengatakan.

“Menurut ku iya yaa.. itulah kan dari obrolan sesama pendaki aja ada edukasi loh yang penonton dapat dari konten ini. Edukasinya seputar tips-tips pendakian barang-barang apa yang tidak perlu dibawa naik, perlengkapan dan peralatan saat mendaki, trus cara mendapatkan air ketika tidak ada sumber air kayak di episode Gunung Gawalise jadi mereka tu ngambil air dari genangan dan itukan termasuk teknik *survival* yaa.. trus ini sih Fiersa selalu bilang “sejatinya pendakian itu bagaimana kita kembali dengan selamat” ini kan sebuah pesan moral ke para pendaki untuk selalu *safety* ketika mendaki gunung”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai menurut kamu apakah *Vlog* Atap Negeri memberikan pengaruh terhadap dunia pendakian? Guru mengatakan.

“Dari aku nonton *Vlog* ini menurut ku iya. Dari diri ku sendiri aja ni ya ada pengaruh yang ku dapat, pengaruh positif pastinya. Misal dari aku nonton ini aja aku jadi ingat untuk selalu *safety* kalo mendaki. Kita selalu dingatkanlah kalo mau naik gunung itu gak dilihat dari merek perlengkapan gunung yang kita punya. Melainkan kita harus tahu fungsi alat itu sendiri, cara merawatnya, pemakainnya yang benar. Percuma aja kalo tenda kita mahal dari merek terkenal kalo gatau cara pasang yang benar ya sama aja ga guna kan, ambrok juga tendanya kenak angin”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai seperti apa pandangan kamu sebagai anggota MAPALA mengenai *Vlog Atap Negeri*? Guru mengatakan.

“Pandangan ku sebagai anggota MAPALA Atap Negeri ini bagus. Banyak informasi yang bisa kita terima dari hanya sekedar menonton aja gitukan. Memang apa yang disampaikan Fiersa ataupun teman-teman pendakinya yang lain juga sesuai dengan prosedur pendakian yang selama ini aku pelajari di MAPALA UMA jadi *Vlog* ini bisa digunakan sebagai media pembelajaran sama rekan-rekan untuk pendakian diluar pulau sumatera ”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai menurut kamu episode pendakian gunung apa yang paling berkesan? Alasannya? Guru mengatakan.

“Rasaku semua berkesan ya, karena setiap aku nonton pasti punya ciri khasnya masing-masing. Kayak di Gunung Dempo punya ciri khasnya sendiri begitu juga Gunung Inerie punya keunikan juga. Semua berkesan lah.”.

Pertanyaan berikutnya yang diajukan mengenai menurut kamu apakah *Vlog Atap Negeri* layak ditonton oleh semua kalangan? Guru mengatakan.

“Menurut ku layak. Karna ini kan bukan konten dewasa ya. Atap Negeri ini menampilkan pesona Indonesia dari dunia pendakian gunung yang berupa atap tertinggi dari setiap provinsi di Indonesia”.

Pertanyaan terakhir yang diajukan mengenai apa harapan kamu sebagai Mahasiswa Pencinta Alam untuk *Vlog Atap Negeri*? Guru mengatakan.

“Harapan ku ya semoga Atap Negeri ini bisa terus berlanjut sampai atap-atap dunia kayak *7 summit* di dunia yakan dan konten ini bisa terus jadi referensi juga untuk teman-teman pencinta alam”.