

**RELASI KUASA DALAM KONTEN VIDEO PRANK DI YOUTUBE
STUDI KASUS PADA 5 KONTEN VIDEO PRANK**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu.Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Guna Memenuhi sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Keilmuan Sosiologi**

Disusun Oleh:

Tanti Nur Ramadhanti

NIM: 15720048

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Tanti Nur Ramadhanti
NIM : 15720048
Fakultas : Ilmu Sosial Humaniora

Progam Studi : Sosiologi

Alamat : Mrisi RT 09 Tirtonirmolo Kasihan Bantul

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi yang saya ajukan ini adalah asli hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis gunakan sebagai acuan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 25 Mei 2021

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Tanti Nur Ramadhanti

NIM. 15720048

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Lamp :
Kepada :
Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengetahui, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Tanti Nur Ramadhanti
NIM : 15720048
Prodi : Sosiologi
Judul : Relasi Kuasa dalam Konten Video *Prank* Di
Youtube (Studi Kasus Pada 5 Konten Video *Prank*)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk memepertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 Mei 2021

Pembimbing,



Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph. D

NIP: 197612102008012008



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-476/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2021

Tugas Akhir dengan judul : RELASI KUASA DALAM KONTEN VIDEO PRANK DI YOUTUBE STUDI KASUS
PADA 5 KONTEN VIDEO PRANK

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TANTI NUR RAMADHANTI
Nomor Induk Mahasiswa : 15720048
Telah diujikan pada : Selasa, 08 Juni 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D.

SIGNED

Valid ID: 60e4495c-4364e



Penguji I

Agus Saputro, M.Si.

SIGNED

Valid ID: 60e4316a-747d



Penguji II

B.J. Sujibto, S.Sos., M.A.

SIGNED

Valid ID: 60e44192-5a83

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 08 Juni 2021

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 60e8719c-436df

MOTTO

“Do whatever you want without any regrets”

TNR



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada

Almamater Program Studi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Kepada kedua orang tua saya Ibu Suwarni dan Bapak Kurnia

Seluruh keluarga besar Kismo Suparto dan keluarga besar Ujdo Rahardjo



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullohiwabarokaatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, dan sholawat serta salam yang senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW. Karena atas rahmat dan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul : **“Relasi Kuasa dalam Konten Video Prank di Youtube (Studi Kasus pada 5 konten Video Prank)”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya ini masih jauh dari kata sempurna serta masih perlu banyak perbaikan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun agar kedepannya penulis dapat membuat karya ilmiah yang lebih baik lagi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dan mendukung dalam menyelesaikan karya ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochamad Sodik, SH., S.Sos., M.si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Dr. Muryanti S.Sos, M.A selaku ketua Prodi Sosiologi.
4. Ibu Dr. Napsiah M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph. D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan masukan sejak proses pengajuan judul hingga penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/ Ibu Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan demi perbaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Prodi Sosiologi
8. Seluruh pegawai Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
9. Teman-teman Sosiologi khususnya angkatan 2015

10. Seluruh keluarga, kerabat, dan teman-teman KKN Dusun Nguntuk-Untuk, teman-teman alumni SMA N 3 Bantul, dan teman-teman pemuda Mrisi X 28 yang telah memberikan semangat dan motivasi agar skripsi ini dapat terselesaikan.

Wasalamualaikum Warohmatullohiwabarokaatuh

Yogyakarta, 25 Mei 2021

Penulis

Tanti Nur Ramadhanti

NIM 15720048



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	01
A. Latar Belakang Masalah.....	01
B. Rumusan Masalah	09
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Landasan Teori	16
G. Metodologi Penelitian	28
1. Metode Penelitian	28
2. Objek Penelitian	29
3. Metode Pengumpulan Data	30
4. Metode Analisis Data	31
H. Sistematika Pembahasan	33
BAB II GAMBARAN UMUM VIDEO <i>PRANK</i> DI YOUTUBE	36
A. Deskripsi Youtube.....	36
B. Deskripsi <i>Prank</i> dan Video <i>Prank</i>	40
1. Sejarah <i>Prank</i>	41
2. Jenis-jenis <i>Prank</i>	42

3. Profil Konten Video <i>Prank</i>	43
BAB III RELASI KUASA PADA VIDEO PRANK DI YOUTUBE	50
A. Data Aspek Visual Konten <i>Prank</i>	53
B. Data Aspek Non Visual Konten <i>Prank</i>	58
 BAB IV HUMOR DAN RELASI KUASA DALAM VIDEO <i>PRANK</i> PADA KAJIAN SOSIOLOGI DAN ISLAM	 60
A. Analisis Aspek Visual	61
B. Analisis Aspek Non Visual	63
C. Humor dalam Kajian Islam	68
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Keterbatasan Penelitian	73
C. Rekomendasi	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	
A. Panduan Observasi	80
B. Profil Video	80
C. CV Penulis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Grafik Pengguna Media Sosial	1
Gambar 2.1 Logo media YouTube	39
Gambar 2.2 Tangkapan Layar Video <i>Prank</i> 01	45
Gambar 2.3 Tangkapan Layar Video <i>Prank</i> 02	47
Gambar 2.4 Tangkapan Layar Video <i>Prank</i> 03	48
Gambar 2.5 Tangkapan Layar Video <i>Prank</i> 04	50
Gambar 2.6 Tangkapan Layar Video <i>Prank</i> 05	51



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Olahan Kajian Pustaka	14
Tabel 3.1 Analisis Konten pada 5 Video <i>Prank</i>	50
Tabel 4.1 Analisis Aspek Visual.....	61
Tabel 4.2 Analisis Aspek Non Visual.....	63



ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada konten video *prank* di Youtube. *Prank* pada awalnya didefinisikan sebagai sebuah tipuan atau suatu perbuatan jahil terhadap seseorang ataupun sekelompok orang tanpa menyebabkan bahaya atau kerusakan dan hanya untuk menjadi bahan candaan. Namun saat ini timbul keresahan masyarakat akan banyaknya konten *prank* yang menyebabkan adanya bahaya atau kerusakan. Melalui keresahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan tentang bentuk-bentuk relasi kuasa dalam video *prank* di Youtube dengan menggunakan teori relasi kuasa Michele Foucault dan kajian humor dalam Islam.

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Data dalam penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi. Observasi pada penelitian ini dengan mengamati dan mencatat secara sistematis seluruh kejadian yang ada pada lima sampel video *prank* di youtube untuk mendapatkan informasi data dalam video *prank*. Data temuan tersebut kemudian dianalisis dengan konsep visual dan non-visual yang masing-masing memiliki berbagai indikator untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah.

Hasil penelitian menunjukkan pada lima konten video *prank* yang diteliti, terdapat dua bentuk relasi kuasa yaitu relasi kuasa atas tubuh dan relasi kuasa atas pemikiran. Relasi kuasa atas tubuh berupa objektifikasi, dominasi, pengontrolan dan dominasi ditunjukkan pada lima konten video *prank* yang diteliti. Sedangkan relasi kuasa atas pemikiran berupa stigmatisasi, dominasi, pengontrolan, dan dominasi hanya ditunjukkan pada dua konten video *prank* yang diteliti. Adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman tentang relasi kuasa yang ada pada media sosial. Pada penelitian-penelitian selanjutnya, diharapkan agar dapat melengkapai penelitian ini dengan pembahasan yang lebih mendalam secara teoritis dan metodologis.

Kata Kunci: Video, *Prank*, Youtube, Relasi kuasa

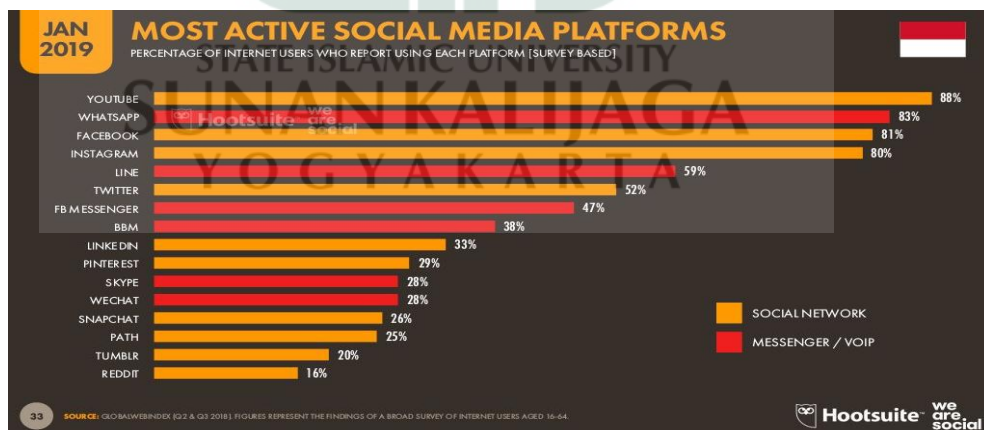
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) di Indonesia menyatakan bahwa 63 juta orang pada saat ini telah menjadi pengguna internet.¹ 95% dari angka tersebut digunakan untuk mengakses jejaring sosial. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa perangkat media beserta teknologinya saat ini telah merasuki segala aspek kehidupan manusia. Batas-batas demografis, sosial, budaya dan sebagainya telah hilang karena teknologi memberikan akses kepada penggunanya untuk terlibat menjadi bagian dari masyarakat jejaring (*network society*) dengan tanpa batas.² Sehingga Youtube telah menjadi media sosial yang paling berpengaruh dalam memberikan akses jejaring situs berbagi video, seperti data grafik berikut ini:

Gambar 1.1
Data Grafik Pengguna Media Sosial



Sumber : Survey *We Are Social* 2019

¹ https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker. Diakses pada 01 April 2019

² Rulli Nasrullah. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2016. hlm, x

Melalui survei tersebut, lebih dari 50% penduduk di Indonesia menjadi pengguna media sosial. Begitulah hasil survei laporan terbaru yang dilakukan *We Are Social*, sebuah perusahaan dari Inggris yang berafiliasi dengan situs layanan manajemen konten bernama *Hootsuite*. *We Are Social* mengklaim bahwa YouTube menjadi pemimpin media sosial saat ini. Menyumbang 88% dari populasi pengguna internet di Indonesia. Peringkat selanjutnya diikuti oleh layanan-layanan di bawah grup perusahaan milik Mark Zuckerberg: *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Facebook Messenger*.³

Pamor YouTube yang semakin meningkat menjadi media promosi di Indonesia juga membuat media survei “Survey One” tertarik meneliti lebih jauh perilaku pengguna Youtube di Jakarta. Sejumlah 100 orang di Jakarta menjadi responden dari survei ini. Hasil survei ini mengungkapkan bahwa responden berusia kurang dari 30 tahun menjadi pengakses terbesar Youtube. Mereka biasanya mengakses Youtube untuk mendengarkan musik dengan presentase sebanyak 51.8%, menonton video komedi 49%, dan menonton film 47.7%. Meski demikian, tidak berarti responden berusia lebih dari 30 tahun tidak mengakses Youtube. Mereka tetap mengakses video di Youtube meskipun dengan penggunaan waktu yang lebih sedikit. Mereka biasanya mengakses Youtube untuk menonton video komedi dengan presentase sebanyak 43.2%, film 39.1%, serta menonton berita sebanyak 37.9%.⁴

³ <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4461246/riset-january-2019-whatsapp-digilai-netizen-indonesia>, diakses pada September 2019

⁴ <https://marketing.co.id/perilaku-penggunaan-youtube/> diakses pada September 2019

Youtube menjadi pilihan alternatif untuk menonton tayangan audio-visual sehingga dapat bersaing dengan program acara di televisi. Oleh karena itu kehadiran internet dan media sosial menjadi lebih mendominasi. Sumber yang tidak terbatas serta kemudahan akses kapan dan dimana saja oleh siapapun menjadikan internet semakin efektif dan efisien digunakan.⁵ Fasilitas ataupun fitur yang ada pada media sosial tersebut semakin beragam perkembangannya dari tahun ke tahun. Misalnya pada awal munculnya media youtube yang hanya dapat digunakan untuk mengakses ataupun mengunggah foto dan video. Namun saat ini youtube menjadi media yang dapat menghasilkan penghasilan dari unggahan tersebut.⁶

Seiring berjalannya waktu, perkembangan penggunaan media sosial yang semakin pesat juga menyebabkan manfaat di dalamnya berkembang pula. Misalnya dapat digunakan sebagai media untuk mendapatkan penghasilan oleh para *content creator* atau pembuat konten. Pada video yang diunggah oleh Youtuber (pembuat konten video Youtube) terdapat iklan atau juga di sebut *AdSense*. Menurut *Support Google*, *AdSense* merupakan:

“*AdSense* atau *Google AdSense* menyediakan fitur bagi pemilik akun untuk mendapatkan uang dari konten *online* mereka melalui iklan. *AdSense* memiliki format dengan mencocokkan iklan bergambar dan iklan teks dengan situs youtube berdasarkan konten dan pengunjunnya. Iklan tersebut dibuat dan dibayarkan oleh pengiklan yang ingin mempromosikan produk mereka. Karena para

⁵ Rulli Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2016, hlm 2

⁶ Ilman Nafian, dkk. *Kesenjangan Konten Video sebagai Faktor Timbulnya Perilaku Menyimpang bagi Pengguna Youtube dalam Segementasi Jenjang Pendidikan*. *Jurnal Sosietas*, Vol. 7, No. 2, 2017

pengiklan membayar iklan yang berbeda dengan harga berbeda, maka jumlah yang diperoleh juga tidak akan sama.”⁷

Melalui *AdSense* tersebut, para YouTuber mendapatkan penghasilan. Hal ini mengakibatkan banyak orang yang mulai tergiur dan memilih pekerjaan menjadi YouTuber karena menganggap pekerjaan ini mudah dan sekaligus dapat menjadi terkenal. Mereka kemudian berusaha menjadi terkenal agar akun YouTube mereka mendapatkan banyak *subscriber*. Menurut *Support Google, Subscriber* yaitu:

“... penonton yang cenderung untuk berinteraksi dengan konten video, dan menonton video secara rutin.”⁸

Mereka secara berkala membuat konten video di YouTube yang akan menarik perhatian penonton sehingga banyak *AdSense* yang mereka terima. Tetapi para YouTuber harus kreatif dan inovatif sehingga konten yang dihasilkan dalam video layak membuat penonton tertarik.

Konten yang ada di Youtube sangat beragam, misalnya seperti konten hiburan, berita, dan pendidikan. Namun dalam kurun waktu lima tahun ini terdapat tiga macam konten yang paling digemari oleh penonton. Indikator bahwa konten ini digemari dapat dilihat dari jumlah penonton video tersebut yang bisa mencapai jutaan dalam waktu yang cukup singkat. Misalnya saja yaitu video testimoni tentang YouTuber yang mengomentari suatu makanan. Selanjutnya adalah konten cover lagu, misalnya dalam video *cover* lagu oleh penyanyi Hanin

⁷ <https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=id> diakses pada 21 September 2019

⁸ <https://support.google.com/youtube/answer/1714347?hl=id> diakses pada 21 September 2019

Dhiya yang mendapat 55 juta *viewers* pada lagu berjudul “Akad” dari penyanyi Payung Teduh. Terakhir yaitu konten video *prank*, video ini berisi keusialan seseorang yang dilakukan untuk kepentingan menghibur.⁹

Video *prank* menjadi fenomena yang ada di masyarakat karena viral di media youtube. Namun seperti layaknya sebuah karya pada umumnya, terdapat penilaian penonton. Ada penonton yang menyukai dan adapula yang tidak suka dengan konten tersebut. Alasan video *prank* digemari oleh penontonya yaitu karena sifat manusia yang dianggap mudah penasaran. Para penonton video *prank* penasaran atau bahkan bahagia terhadap reaksi orang-orang yang sedang dikerjai atau dijahili. Muncul juga istilah *Schadenfreude* yang dalam bahasa Jerman yang terdiri dari kata *schaden* yang berarti “kecelakaan” dan *freude* yang berarti “kebahagiaan”. Jadi dapat disimpulkan bahwa *schadenfreude* merupakan sebuah perasaan bahagia saat melihat atau mengetahui orang lain sedang mengalami celaka.¹⁰

Prank dapat didefinisikan sebagai sebuah tipuan atau perbuatan jahil terhadap seseorang sekelompok orang yang bertujuan untuk menjadi bahan candaan ataupun guyonan tanpa menyebabkan bahaya atau kerusakan.¹¹ *Prank* dapat dilakukan menjadi 3 macam yaitu *prank call*, *prank text*, hingga *prank video*. Tetapi penelitian ini berfokus pada video *prank* yang pernah viral di media

⁹ <https://www.hitekno.com/internet/2018/10/14/190000/dibanjiri-penonton-ini-3-konten-populer-yang-dibuat-youtuber> diakses pada 17 September 2019

¹⁰ <https://www.idntimes.com/science/discovery/viktor-yudha/penjelasan-schadenfreude-secara-ilmiah/full> diakses pada Januari 2020

¹¹ <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/1t5bcd3c39ec7e2/langkah-hukum-jika-kena-ipranks-i-oleh-i-youtuber-i> diakses pada 02 April 2019

YouTube. Pengertian viral menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sesuatu yang bersifat menyebar luas dan cepat seperti virus.¹²

Hobes dan Grafe (2015)¹³ menyebutkan bahwa *prank* telah ada sejak jaman pra-sejarah sehingga bukan merupakan fenomena yang baru. Hobes dan Grafe (2015) menyatakan:

*“Pranking video is not a new phenomenon. It has a significant heritage, having long been popular as a staple of professional entertainment media. In the 1950s, the television program “Candid Camera” featured ordinary people being pranked by small crises and other unexpected events which host Allan Funt noted could occasionally veer into the realm of cruelty”.*¹⁴

Pernyataan tersebut menyebutkan bahwa sebelum viral di media youtube, *prank* telah tayang di televisi sebagai program “kamera tersembunyi”. Setelah itu muncul beberapa *prankster* atau *prank creator* yang kemudian disebut menjadi ahli *prank* ternama. Misalnya *prankster* dari Prancis bernama Remi Gaillard yang terkenal sebagai *prankster* sejak tahun 1999. Kemudian pada 2001 Remi Gaillard mulai mengunggah video-video yang berisi keusilannya melalui situs pribadinya di www.nimportequi.com. Lalu pada tahun 2007, video *prank*nya mulai diunggah di *channel* YouTube.¹⁵ Selanjutnya ada Roman Atwood, youtuber asal Amerika dengan 16 juta *subscriber*. Lalu ada VitalyZd Zdorivetskiy atau pemilik akun VitalyZdTV youtuber Amerika dengan 10 juta *subscriber*. Ia mulai terkenal sejak tahun 2012 dengan video yang berjudul “*Russian Hitman Prank*” namun pada akhirnya ia ditangkap kepolisian Florida, Amerika Serikat karena tuduhan

¹² <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/viral> diakses pada September 2019

¹³ Renee Hobes, Silke Grafe. *YouTube Pranking Across Cultures*.

<https://www.researchgate.net/publication/281403407> diakses pada Januari 2020

¹⁴ *ibid*

¹⁵ <https://kumparan.com/wartabromo/video-prank-dari-booming-hingga-di-warning-1r9xMIz9vPt> diakses pada Januari 2020

peledakan bom. Sehingga dia harus menghadapi ancaman hukuman 15 tahun penjara. Jadi sebenarnya fenomena *Prank* bukanlah hal baru lagi karena sejak puluhan tahun lalu sudah ada di televisi namun baru diunggah pada media YouTube pada tahun 2007.

Di Indonesia, para YouTuber juga tidak ketinggalan untuk membuat konten *prank* di kanal YouTubenya. Bahkan beberapa videonya berhasil menjadi *Trending* di YouTube. Misalnya youtuber *prank* generasi pertama yang bernama Brandon Kent. Ia mengunggah konten *pranknya* pertama kali pada tahun 2016 yang berkonsep tentang eksperimen sosial. Setelah itu banyak youtuber lain yang mengikuti membuat konten *prank* yang bahkan lebih viral. Misalnya saja yaitu video *prank* milik Baim Wong, Atta Halilintar, Erlanggs, Banununab, dan Hasanjjr11 yang menggunakan metode *prank* sebagai konten pada beberapa video mereka.

Masing-masing dari mereka memiliki caranya sendiri dalam melakukan metode *prank*. Selain itu video yang diunggah juga mendapatkan respon berbeda-beda dari penontonnya. Misalnya video *prank* “orang gila” milik Baim Wong yang mendapat pujian dari *subscriber*. Sebaliknya video *prank* “cewek matre” milik Atta halilintar dan *prank* menghancurkan “*make up*” milik Banununab mendapatkan kecaman dari penonton karena dianggap merendahkan perempuan. Dua video lain juga mendapat kecaman yang sama karena video *prank* “pocong” milik Erlanggs dianggap membahayakan kesehatan orang lain. Sedangkan *prank* “ojek *online*” dianggap menjual rasa kasihan oleh penontonnya.

Komentar-komentar negatif dari para penonton tidak dapat dihindari dalam konten video tersebut karena dianggap merugikan atau membahayakan orang lain sebagaimana dijelaskan Hobes and Grafe :

*“Pranking is deeply inflected by cultural norms as well as norms established through broadcast television, radio and the internet. But when cultural and professional norms collide, pranks can lead to disaster”.*¹⁶

Maka *prank* tentu saja boleh dilakukan tetapi dengan selalu memperhatikan norma-norma yang menjadi pedoman hidup di masyarakat. Serta tidak lupa tetap memperhatikan berbagai pertimbangan seperti mengetahui dengan benar karakter, situasi, dan kondisi seseorang yang akan di-*prank* sehingga tidak menyebabkan kerugian material ataupun nonmaterial.

Setiap kegiatan manusia di suatu lingkungan masyarakat harus bermanfaat bagi manusia lainnya, baik yang ada di dalam ilmu pengetahuan, seni, kreativitas, dan budaya untuk mendukung perkembangan sifat manusia sebagai makhluk yang bermoral dan beradab. Namun setiap kreativitas, seni, budaya, dan ilmu pengetahuan yang sengaja membuat manusia terjerumus kepada sifat-sifat kehewan dapat berdampak yang buruk bagi masyarakat.¹⁷ Jadi apabila konten video di YouTube mengandung sifat-sifat yang tidak beradab dan bermoral maka informasi di dalamnya juga tidak dapat digunakan untuk memperbaiki kualitas nilai dan budaya setiap insan manusia. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW :

¹⁶ Renee Hobes, Silke Grafe. *YouTube Pranking Across Cultures*.
<https://www.researchgate.net/publication/281403407> diakses pada Januari 2020

¹⁷ Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana, 2007. Hlm 362

لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يُرَوِّعَ مُسْلِمًا

“Tidak halal bagi seorang muslim menakut-nakuti muslim yang lain.” (HR. Abu Dawud 5006, Ahmad 23064 dan sanadnya dishahihkan Syaib al-Arnauth).

Walaupun kegiatan *prank* bertujuan untuk menjadi hiburan, hanya bermain-main atau tidak serius, dan ingin membuat orang lain tertawa ketika melihat korbannya kaget atau takut tatapi hal ini tentu dilarang dalam Islam. Karena telah jelas disebutkan hadist di atas bahwa menakut-nakuti sesama muslim tidak dihalalkan dalam islam.¹⁸

Selanjutnya, video *prank* seringkali menampilkan relasi yang senjang antara pembuat konten video dengan “korban”. Ketidakberdayaan korban (perempuan, pengemudi ojek online, masyarakat umum, dan lain sebagainya) merupakan sumber “kebahagiaan” pembuat konten dan menjadi alasan mereka untuk memberikan sumbangan. Kesenjangan relasi ini menunjukkan adanya penguasa (pembuat konten) dan yang dikuasai (korban).

Kuasa atau kekuasaan umumnya dijelaskan sebagai kemampuan manusia dalam mempengaruhi manusia lain yang terlihat secara fisik. Berbeda dengan relasi kuasa yang dijelaskan sebagai konsep hubungan kekuasaan yang didapatkan dengan cara manipulatif. Karena konsep hubungan seperti itu dapat timbul tanpa disadari oleh masyarakat karena tidak dapat dilihat secara fisik. Maka dari itu penelitian ini ingin menggunakan teori relasi kuasa untuk menjelaskan mengenai relasi kuasa dalam sebuah video *prank*. Sehingga dapat diketahui bentuk-bentuk

¹⁸ <https://konsultasinyariah.com/26368-hukum-prank.html>. Diakses pada 02 April 2019

relasi kuasa yang terdapat dalam video *prank*. Serta pada akhirnya dapat menjelaskan bagaimana kajian humor dalam Islam memandang hal tersebut.

Berdasarkan penjelasan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bentuk-bentuk *prank* pada konten video di YouTube. Kemudian menganalisisnya dengan menggunakan teori relasi kuasa. Peneliti mengambil lima video *prank* untuk digunakan sebagai sampel penelitian. Pengambilan sampel video diperoleh melalui proses observasi berdasarkan tingkat keviralan, jumlah penonton, hingga isi komentar penonton yang ada pada kolom komentar video di Youtube.

B. Rumusan Masalah

Melalui penjelasan latar belakang tersebut, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut: bagaimana bentuk-bentuk relasi kuasa yang ada dalam konten video *prank* di YouTube?

C. Tujuan Penelitian

Melalui rumusan masalah tersebut, untuk menjawab pertanyaan penelitian sehingga dapat mengetahui hasil penelitian secara terperinci maka tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui bentuk-bentuk *prank* dalam 5 konten video di Youtube.
2. Mengetahui bentuk-bentuk relasi kuasa yang ada dalam konten video *prank* di Youtube.

3. Menjelaskan relasi kuasa dalam konten video *prank* di YouTube dengan kajian humor dalam Islam

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu menambah manfaat untuk memperluas wawasan keilmuan bagi mahasiswa dan masyarakat sebagai pengembangan ilmu.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang diperoleh pada penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang sosiologi khususnya sosiologi komunikasi, terutama kajian yang membahas mengenai media sosial dan berbagai pengaruhnya pada kehidupan masyarakat. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian relasi kuasa khususnya teori relasi kuasa Michele Foucault.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang telah diperoleh diharapkan mampu membuat pembaca memahami bentuk-bentuk relasi kuasa yang ada dalam video *prank* serta dapat mengambil nilai-nilai sosial yang ada di dalamnya. Serta untuk memberikan manfaat agar dapat menjadi sumber data untuk rujukan secara akademis dan manfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, tinjauan pustaka yang digunakan adalah topik dan metode penelitian yang menjadi landasan penelitian. Hasil penelitian yang dijadikan sebagai tinjauan pustaka adalah penelitian tentang penggunaan media

Youtube sebagai objek penelitian. Sedangkan topik dari penelitian adalah analisis isi video yang ada di media Youtube. Penelitian ini juga menggunakan metode analisis konten video untuk dijadikan data penelitian. Namun penelitian ini menggunakan teori yang berbeda dari penelitian-penelitian terdahulu.

Tinjauan pustaka digunakan sebagai acuan tolak ukur perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Dari proses tinjauan pustaka yang telah dilakukan peneliti mengambil 30 penelitian terdahulu untuk dijadikan tinjauan pustaka yang memiliki fokus penelitian yang sama. Setelah melakukan pengolahan tabel hasil kajian pustaka. Peneliti mengambil 5 sampel penelitian terdahulu sebagai ringkasan seperti berikut :

Tabel 1.1

Tabel Hasil Olahan Kajian Pustaka

Topik	Teori	Metode	Lokasi / Subjek	Referensi
Analisis isi pesan dakwah	Analisi Isi	Kuantitatif	Akun Youtube “Pemuda Hijrah”	Fitriani, 2018
Analisis strategi kreatif	Strategi kreatif	Kualitatif, Deskriptif	Konten <i>Prank</i> Yudist Ardhana	Cacariyani, 2018
Analisi isi video YouTube	Analisis konten	Kualitatif, Deskriptif	Video “Kangen” di Youtube Hanan Attaki	Abdullah, 2018
Analisis Positioning Youtuber	Analisis Positioning Youtuber	Kuantitatif, Deskriptif	Vlog Youtuber	Dwijaya, 2017

Analisis minat pelanggan konten YouTube	Media sosial, Youtube, dan minat	Kualitatif	YouTube “Eclat Story”	Prayoga, 2018
---	----------------------------------	------------	-----------------------	---------------

Sumber : Data diolah oleh Tanti Nur Ramadhanti

Pertama, skripsi yang berjudul *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun Youtube Pemuda Hijrah* oleh Anis Fitriyani.¹⁹ Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan proses pengkategorian pesan dakwah oleh Ustadz Hanan Attaki. Setelah itu dilakukan pengkodean dengan 3 juri. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun Youtube Pemuda Hijrah mengandung tiga kategori pesan dakwah, yaitu: pesan akhlak dengan presentase sebanyak 58,15 %, pesan aqidah 29,08 %, dan pesan syariah dengan 12,17 %.

Kedua, jurnal skripsi oleh Shera Aske Cecariyani yang berjudul *Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana)*.²⁰ Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kreatif dan tujuan yang dilakukan oleh youtuber Yudist Ardhana dalam konten *prank* yang diunggah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Strategi Kreatif. Hasil penelitian ini yaitu strategi kreatif konten *prank* yang dibuat Yudist

¹⁹ Anis Fitriyani. 2018. *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

²⁰ Shera Aske Cecariyani, 2018. *Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana)*. Jurnal Prologia Vol. 2, No. 2, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara

Ardhana berusaha memodifikasi konten *prank* dengan karakteristiknya sendiri agar penontonnya merasa tidak bosan dan terhibur. Sehingga tujuan youtuber Yudist Ardhana untuk menghibur dinyatakan berhasil. Hal ini terlihat melalui jumlah penonton/ *viewer* videonya dan juga reaksi para penontonnya.

Ketiga, jurnal oleh S. Dinar Annisa Abdullah yang berjudul *Peran Hanan Attaki dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial tentang Tuhan (Analisis Isi atas Video “Kangen” di Youtube)*.²¹ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kajian konten dakwah Ustadz Hanan Attaki pada media sosial dalam upaya menebar kebaikan dan pesan-pesan keagamaan, khususnya tentang ketuhanan dikalangan anak muda. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa dari sisi konten, konsepsi ketuhanan yang dibangun Hanan Attaki harus berdasarkan pada tiga aspek yang saling terkait yaitu wawasan akidah yang mendalam, persepsi yang benar tentang Tuhan, dan aspek emosional atau keimanan yang berupa rindu, kangen, dan malu kepada Allah.

Keempat, jurnal oleh Gilang Muhammad Dwijaya dan Dinda Amanda Zuliestiana yang berjudul *Analisis Positioning Youtuber Indonesia berdasarkan Persepsi Penonton Youtube dengan Menggunakan Metode Perceptual Mapping (Studi Pada Kategori Entertainment dengan Konten Berbasis Vlog)*.²² Penelitian

²¹ S. Dinar Annisa Abdullah, 2018. *Peran Hanan Atataki dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial tentang Tuhan (Analisis Isi atas Video “Kangen” di Youtube)*. Jurnal Raushan Fikr Vol.7 No.1 IAIN Samarinda

²² Gilang Muhammad Dwijaya, Dinda Amanda Zuliestiana, 2017. *Analisis Positioning Youtuber Indonesia berdasarkan Persepsi Penonton Youtube dengan Menggunakan Metode Perceptual Mapping (Studi Pada Kategori Entertainment dengan Konten Berbasis Vlog)*. Jurnal e-Procending of Management : Vol.4, No.3 Universitas Telkom

ini menggunakan metode deskriptif dengan metode kuantitatif dan kuesioner sebagai alat pengambilan data. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah 272 orang responden. Selanjutnya data diolah dengan menggunakan teknik *multidimensional scaling*. Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Raditya Dika merupakan youtuber yang mempunyai persepsi paling baik menurut penonton Youtube. Sedangkan peringkat selanjutnya secara berurutan diisi oleh youtuber Edho Zell, Han Yoo Ra, dan Agung Hapsah.

Kelima, jurnal oleh Andrea Prayoga T.S, Farid yang berjudul *Analisis Minat Pelanggan Konten Musik Video pada Channel Youtube Eclat Story*.²³ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini memiliki landasan teori yang digunakan dalam penelian yaitu media sosial, Youtube, dan juga minat. Narasumber dalam penelitian ini ialah tiga orang pelanggan konten Youtube Eclat Story. Hal ini bertujuan untuk memperoleh informasi dan tujuan pelanggan dalam berlangganan konten Youtube Eclat Story. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para *subscriber* yang berlangganan dan mengikuti konten-konten youtube Eclat Story lebih tertarik dan berminat karena konten musik video yang dibangun Eclat Story memiliki perbedaan dengan konten lain karena ide-ide konsep menarik yang dibuat.

Berdasarkan lima tinjauan pustaka yang disebutkan diatas, penelitian ini memiliki satu kesamaan yaitu sama-sama membahas media sosial Youtube.

²³²³ Andrea Prayoga T.S, Farid. 2018. *Analisis Minat Pelanggan Konten Musik Video pada Channel Youtube Eclat Story*. Jurnal Prologia Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 243 - 249
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

Akan tetapi penelitian ini diharapkan mampu menjadi penelitian dengan tema baru yang mempunyai perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Perbedaan tersebut ada pada sampel penelitian dan teori yang digunakan. Sampel pada penelitian ini yaitu lima video dengan konten *prank* di Youtube yang di analisis dengan teori relasi kuasa oleh Michele Foucault.

F. Landasan Teoritis

1. Humor

a. Konsep Humor

Definisi humor menurut para ahli dijelaskan secara bervariasi dan terus berkembang sepanjang waktu. Humor berasal dari kata umor atau “You-moors” yang berarti cairan-mengalir.²⁴ Konsep mengenai cairan tersebut berasal dari bahasa Yunani Kuno, yang di dalamnya memiliki ajaran mengenai pengaruh cairan tubuh terhadap suasana hati seseorang. Cairan tubuh tersebut diartikan sebagai darah atau sanguis, dahak atau phlegmatis, empedu kuning atau choleric dan empedu hitam atau melancholic. Sehingga bila salah satu cairan tersebut berlebihan maka akan membawa suasana hati tertentu. Pada abad pertengahan, dalam bidang kedokteran humor berkaitan dengan watak manusia. Maka sejak saat itu pengertian humor berpindah dari kata benda menjadi kata sifat yang juga dikaitkan dengan suasana hati yang menyenangkan.²⁵

²⁴ Listya Istiningtyas. *Humor dalam Psikologi Islam*. Jurnal Intisari

²⁵ Syahrul Fahri. “*Hubungan Sense of Humor dengan Kepercayaan Diri Penyiar Radio di Kota Malang*”. etheses.uin-malang.ac.id. UIN Maulana Malik Ibrahim. 2013

Sehingga humor dapat juga diartikan sebagai sesuatu atau suatu situasi kompleks yang menyebabkan timbulnya keinginan untuk tertawa. Kelucuan di dalam humor dapat disebabkan oleh tingkah laku para pelaku, kejadian umum yang diplesetkan, kritik terhadap suatu keadaan, kesalahpahaman, kebodohan, benturan antar budaya, dan lain sebagainya.²⁶

Kelucuan atau humor terdapat dalam masyarakat normal pada umumnya. Oleh karena itu, humor dapat diartikan sebagai sesuatu yang membuat seseorang menjadi bahagia dan tertawa gembira. Sehingga adanya humor sebagai sarana hiburan sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia normal pada umumnya. Humor dapat ditampilkan sebagai penyegar pikiran sekaligus sebagai penyejuk batin, dan penyalur uneg-uneg yang ada pada batin manusia.²⁷ Humor dapat memberikan suatu wawasan yang bersifat arif dengan tampilan yang menghibur. Humor dapat juga digunakan untuk menyampaikan sindiran tersirat atau suatu kritikan yang bernuansa tawa sehingga berdampak positif. Serta digunakan untuk sarana persuasi yang mempermudah diterimnya informasi atau pesan yang ingin disampaikan pada situasi dan kondisi yang serius dan formal.²⁸

b. Humor dalam Sosiologi dan Islam

²⁶ *ibid*

²⁷ Rahmanadji, Didiek. "Sejarah, Teori, Jenis, dan Fungsi Humor." *Jurnal Bahasa dan Seni* 35.2 (2007): 213-221.

²⁸ *ibid*

Pada kajian sosiologi, humor tidak banyak menjadi sebuah bahan penelitian. Dalam jurnal yang berjudul *The Sociology of Humor*, Giseline Quipers menyatakan sebagai berikut:

“Sociology is a discipline with weak boundaries and a contested core: there is no central framework, theoretical perspective, or methodological approach that all sociologists adhere to. Many central ideas in sociology have been borrowed from other disciplines, and many ideas from sociology have diffused to other disciplines. This is especially visible in the small and interdisciplinary field of humor studies: there has been much “boundary traffic” between sociology and related disciplines.”

Padahal humor juga mewarnai kehidupan sosial dalam bermasyarakat atau bahkan dalam bernegara. Dalam menjalin komunikasi sosial antar manusia di suatu masyarakat humor menjadi bagian dari proses terjalinnya komunikasi sosial tersebut. Humor dianggap mampu mempercepat terbukanya pintu keakraban yang ingin dijalin. Sedangkan dalam bernegara, humor dapat digunakan sebagai sarana kritik sosial oleh orang-orang yang tidak berdaya dalam menyampaikan sebuah kritikan.

Sedangkan dalam sejarah Islam, Nabi Muhammad SAW dikenal memiliki sifat humoris. Hal ini ditunjukkan pada kisah hidup Nabi SAW dan sahabat-sahabatnya yang menunjukkan bahwa humor dan anekdot juga muncul pada zaman nabi. Walaupun hal-hal tersebut ditampilkan secara eksplisit dalam Al-Quran dan Hadits. Pelajaran yang dapat diambil dalam kisah Nabi tersebut yaitu bahwa islam dapat disampaikan dengan cara santai atau bahkan dengan humor. Ahli hadist menilai humor Rasulullah mengundang senyum yang arif serta mengandung kabar gembira.

Terutama bagi kalangan lansia yang semakin terpacu untuk meningkatkan keimanan dan amal sholeh. Sehingga bagi para ulama dan penceramah, humor memiliki fungsi penting yang meningkatkan kualitas sebuah narasi.

Diperlukan kepiawaian dalam mencari humor yang berguna sebagai obat penawar kejenuhan, dan memacu minat pendengar materi yang disajikan oleh para ulama atau penceramah. Namun humor dan cara bercanda Nabi SAW tidak pernah berlebihan sehingga tidak pernah lepas kontrol. Segala bentuk tingkah laku Nabi SAW tidak pernah melanggar nilai kesopanan dan juga tidak terdapat mudaratnya. Sehingga tidak menyebabkan dampak yang menyalahi dan mengingkari fungsi humor itu sendiri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa di dalam Islam tidak ada larangan dalam humor atau cara bercanda.²⁹

Penggunaan humor yang berlebihan dan membuat orang lain tidak nyaman dapat menyebabkan timbulnya korban atau bahkan mengorbankan seseorang atau sekelompok orang yang menyebabkan sakit hati hingga suatu penderitaan. Dalam hal ini Islam tidak memperbolehkan bercanda secara berlebihan atau menyebabkan ghibah atau mengolok-olok orang lain

c. Jenis-jenis Humor

Menurut Arwah Setiawan (1988), humor dapat dibagi menjadi tiga kriteria bentuk ekspresi yaitu³⁰:

²⁹ Listya Istiningtyas. *Humor dalam Psikologi Islam*. Jurnal Intisari

³⁰ Rahmanadji, Didiek. "Sejarah, Teori, Jenis, dan Fungsi Humor." *Jurnal Bahasa dan Seni* 35.2 (2007): 213-221.

1. Humor personal, merupakan jenis humor yang memiliki kecenderungan untuk tertawa pada diri kita sendiri. Misalnya ketika tidak sengaja melihat sebatang pohon yang bentuknya menyerupai seseorang yang sedang buang air besar.
2. Humor pergaulan, merupakan jenis humor yang kerap kita temui dalam kehidupan. Misalnya senda gurau diantara teman atau keluarga yang terselip dalam sebuah pidato atau ceramah di depan publik.
3. Humor dalam kesenian, atau seni humor yang dapat dibagi menjadi humor lakuan (lawak, tari humor, dan pantomin lucu), humor grafis (kartun, karikatur, foto jenaka, patung lucu), dan humor literatur (cerpen komedi, esai satiris, sajak jenaka, dan sebagainya).

Masih banyak jenis-jenis humor yang telah jelaskan para tokoh. Akan tetapi pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada humor kontemporer yang sering ditemui pada kehidupan sehari-hari, misalnya :

1. Meme

Istilah “meme” berasal dari bahasa Yunani yaitu “mimema” atau dalam bahasa Inggris berarti “*to imitate*” (meniru). Meme diibaratkan seperti gen namun berada di dalam konteks budaya. Sehingga apapun yang ditularkan dari satu orang ke orang lain misalnya seperti aksan bicara, kata dasar, hingga alunan musik dapat disebut meme. Kata meme sudah resmi ada di dalam Kamus

Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang memiliki keterangan sebagai cuplikan gambar dari acara televisi, film, dan sebagainya atau gambar-gambar buatan sendiri yang dimodifikasi dengan menambahkan suatu kata atau tulisan yang bertujuan untuk melucu dan menghibur³¹.

Penelitian ini menggunakan jurnal berjudul “*An Anatomy of a Youtube Meme*” yang ada dalam jurnal *New Media & Society* milik Limor Shifman. Pada jurnal tersebut Shifman menggunakan konsep “meme” sebagai alat analisis. Sehingga jurnal ini bertujuan untuk mengungkapkan atribut umum video dengan “meme” populer yang menghasilkan keterlibatan pengguna yang luas melalui tingkat kreatifitas. Jurnal tersebut menghasilkan 6 fitur umum, yang masing-masing menandai ketidak-lengkapan video sehingga memunculkan dialog kreatif yang lebih lanjut. 6 fitur umum tersebut kemudian peneliti jadikan indikator pembanding terhadap data yang telah ditemukan selama observasi.

2. *Prank*

Prank yang diartikan sebagai trik yang dimaksudkan untuk menjadi lucu atau berisi humor juga menjadi salah satu bentuk hiburan masyarakat. Terutama pada era media sosial seperti saat ini, video *prank* sangat mudah diakses penggunaanya.

³¹ <https://today.line.me/id/v2/article/xLIEGn>. “*Arti dan Asal-Usul Meme yang Viral di Internet*”. Dikases pada 10 Juni 2021

Di media sosial Youtube misalnya, konten video *prank* hampir selalu ada pada *trending* 50 besar di Youtube sebagai video yang paling banyak diakses penggunaannya. Hal itu menjelaskan bahwa video *prank* banyak ditonton pengguna *YouTube* agar memperoleh tontonan yang menghibur. Tetapi pembuat video *prank* saat ini banyak yang hanya peduli pada jumlah *viewers* sehingga kurang memperhatikan isi konten yang terkadang tidak memperdulikan situasi dan kondisi objek dalam video.

Humor dapat juga tidak menjadi lucu apabila dilakukan pada situasi dan kondisi yang kurang tepat. Bahkan humor belum tentu menyebabkan orang tertawa, misalnya saja pada humor seks. Bagi beberapa orang yang puritan, humor dengan tema tersebut masih dianggap tabu dan kampungan sehingga dianggap tidak lucu dan tidak menyebabkan tertawa. Selain itu humor dapat berdampak negatif apabila objek yang digunakan menggunakan kondisi fisik seseorang. Karena humor yang berdampak positif adalah humor yang bisa menuju kepada kebaikan. Misalnya dengan membuat orang terhibur atau tertawa sesuai dengan situasi dan kondisi yang tepat.³²

2. Kekuasaan dan Relasi Kuasa

a. Kekuasaan

³² *ibid*

Kekuasaan pada umumnya dianggap sebagai suatu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mempengaruhi orang atau pihak lain menurut kehendak seseorang berkekuasaan. Kekuasaan juga dapat berbentuk sebagai sebuah hubungan. Karena terdapat pihak yang memerintah dan yang diperintah. Kekuasaan ini dapat meliputi berbagai macam bidang seperti bidang ekonomi, sosial, politik, dan lain sebagainya. Di dalam kekuasaan manusia memiliki posisi sebagai subjek sekaligus objek dari kekuasaan.

Sosiologi mengakui kekuasaan sebagai salah satu unsur penting dalam kehidupan yang ada di masyarakat. Akan tetapi Sosiologi adalah ilmu yang tidak memandang kekuasaan sebagai sesuatu yang bernilai baik ataupun bernilai buruk.³³ Maka dari itu baik atau buruknya penilaian tersebut harus dapat diukur dengan kegunaannya untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditentukan oleh masyarakat. Sehingga baik atau buruknya penilaian harus dilihat pada kegunaannya bagi kelangsungan hidup masyarakat, karena kekuasaan itu bersifat netral.

b. Relasi Kuasa

Memiliki perbedaan dengan para pemikir lain dalam menguraikan konsep-konsep tentang kekuasaan, Foucault menyampaikan satu perspektif kekuasaan yang baru. Ia menjelaskan bahwa kekuasaan itu tidak dapat diukur atau bukanlah sesuatu yang hanya dapat dikuasai oleh negara. Menurutnya kekuasaan ada dan hidup di mana-mana, karena

³³ Soerjono Soekanto, 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers. Hlm 227

kekuasaan memiliki satu dimensi yang sama dengan relasi. sehingga, dimana ada relasi maka disana terdapat kekuasaan. Maka disitulah letak kekhasan dari pemikiran Foucault. Ia tidak menguraikan apa itu arti dari kuasa, tetapi bagaimana kuasa itu berfungsi pada bidang tertentu.³⁴

Pada bukunya yang berjudul *The History of Sexuality Vol. I*, Michele Foucault menjelaskan adanya lima proposisi mengenai apa itu kekuasaan (1990:94-95) yaitu:

1. Kekuasaan dijalankan dari berbagai tempat dari suatu relasi yang akan terus bergerak. Sehingga kekuasaan bukanlah sesuatu yang dapat diraih, digunakan, atau dibagikan sebagai sesuatu yang dapat digenggam atau bahkan dapat juga punah.
2. Relasi kekuasaan bukan merupakan relasi berbentuk struktural hirarkis yang mengandaikan ada yang menguasai dan yang dikuasai.
3. Kekuasaan datang dari bawah yang mengandaikan bahwa tidak ada lagi perbedaan oposisi biner (*binary oppositions*) karena kekuasaan telah mencakup dalam keduanya.
4. Relasi kekuasaan terbentuk berdasarkan niat atau bersifat intensional dan juga non-subjektif.
5. Dimana ada kekuasaan, maka ada pula anti kekuasaan (*resistance*) yang timbul. Resistensi tidak berada di luar relasi kekuasaan

³⁴ Abdullah Khozin Af. *Konsep Kekuasaan Micheal Foucault*. Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam Vol 2 , No 1 Juni 2012.

tersebut. Jadi setiap orang yang berada dalam suatu kekuasaan, maka tidak ada jalan untuk keluar dari situ.³⁵

Oleh karena itu, kekuasaan itu dapat dipahami sebagai bentuk dari relasi kekuatan yang berada dalam kesadaran ruang dimana kekuasaan dijalankan. Kekuasaan tersebut harus dipahami sebagai sesuatu yang melanggengkan relasi kekuatan yang berbentuk rantai atau sistem dari relasi itu. Atau justru yang mengisolasi mereka dari yang lain dari suatu relasi kekuatan. Dengan demikian, kekuasaan merupakan suatu strategi yang memiliki efek terhadap relasi kekuatan.³⁶

Michele Foucault mendeskripsikan kuasa bukan sebagai kuasa untuk menguasai seseorang secara fisik dan bukan dengan kediktatoran. Kuasa pada era modern seperti saat ini mengalami pola normalisasi yaitu kuasa pada saat ini telah tersamarkan, tersembunyi, dan terselubung sehingga terkesan tidak nampak. Kuasa tidak lagi digunakan sebagai bentuk penindasan dan kekuatan fisik. Namun kuasa digunakan untuk pembuatan regulasi yang harus dijalankan dan ditaati secara sukarela dalam sebuah organisasi, instansi, maupun negara.³⁷

Konsep kekuasaan yang dijelaskan Foucault memiliki pengertian yang berbeda dengan konsep-konsep kekuasaan yang dijelaskan para ahli lainnya. Misalnya perbedaan pada perspektif politik dari sudut pandang

³⁵ Abdil Mughis Mudhoffir. *Teori Kekuasaan Michele Foucault: Tantangan bagi Sosiologi Politik*. Jurnal Sosiologi MASYARAKAT Vol. 18, No. 1, Januari 2013: 75-100

³⁶ *ibid*

³⁷ Joko Priyanto. *Wacana, Kuasa dan Agama dalam Kontestasi PilGub Jakarta Tinjauan Relasi Kuasa dan Pengetahuan Foucault*. Jurnal Thaqafiyat, Vol.18, No. 2, Desember 2017

yang dimiliki Marxian atau Weberian. Foucault tidak memahami kekuasaan dalam suatu hubungan kepemilikan sebagai properti, perolehan, atau hak istimewa yang dapat digunakan oleh sekelompok kecil masyarakat dan yang dapat terancam punah. Kekuasaan juga tidak dipahami secara negatif misalnya melalui tindakan koersif, represif dan menekan dari suatu institusi pemilik kekuasaan, termasuk juga negara. Jadi kekuasaan tidak memiliki fungsi dominasi dari suatu kelas yang didasarkan pada penguasaan atas ekonomi atau manipulasi dalam ideologi Marxian, dan juga tidak memiliki suatu kharisma dalam ideologi Weberian.³⁸

Foucault tidak memandang kekuasaan tersebut secara negatif, akan tetapi dipandang secara positif produktif. Kekuasaan bukan sebuah struktur atau institusi maupun kekuatan yang dapat dimiliki. Tetapi kekuasaan merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut situasi strategis yang kompleks di dalam masyarakat. Kekuasaan menurutnya harus dipandang sebagai relasi-relasi yang beragam dan tersebar membentuk suatu jaringan, tetapi ruang lingkungannya strategis.³⁹

Jadi pada intinya kuasa tidak didefinisikan Foucault sebagai sesuatu yang dapat membuat orang patuh. Akan tetapi relasi kuasa yang dimaksud merupakan konsep hubungan kekuasaan yang berisi praktik-praktik kekuasaan dari subjek pada objek melalui berbagai berbagai

³⁸ Abdil Mughis Mudhoffir. *Teori Kekuasaan Michele Foucault: Tantangan bagi Sosiologi Politik*. Jurnal Sosiologi MASYARAKAT Vol. 18, No. 1, Januari 2013: 75-100

³⁹ *ibid*

media dan rupa. Kekuasaan tersebut tidak didapatkan melalui cara-cara represif, akan tetapi didapatkan dengan cara manipulatif dan hegemonik.⁴⁰

Kontribusi utama pemikiran Foucault yaitu tentang pendeskripsian tentang pengaturan atas tubuh politik dan juga pikiran. Menurutnya kekuasaan mempunyai akar pada kekuasaan atas tubuh dan di dalam setiap aktivitas kecil mikroskopik pada tubuh. Kekuasaan bersifat interdisipliner dan secara fisik. Pembentukan kekuasaan dalam tubuh fisik dan ilmu pengetahuan kemudian dipaksa melalui manipulasi pada elemen, sikap, dan tingkah laku.⁴¹

Jadi relasi kuasa dapat diartikan sebagai bentuk konsep hubungan kekuasaan yang didalamnya terdapat praktik-praktik kekuasaan yang dilakukan subjek yang dilakukan pada objek melalui suatu wacana dan pengetahuan tanpa diikuti oleh tindakan yang menekan, mengekang, dan memaksa atau bersifat represif. Melainkan dilakukan secara manipulatif pada sikap dan tingkah laku. Relasi kuasa tersebut bekerja pada pemikiran atau ideologi hingga pada tubuh yang akhirnya berpengaruh pada tingkah laku. Selanjutnya untuk menganalisis data temuan penelitian maka ditemukan dua indikator untuk menganalisis temuan penelitian. Indikator tersebut adalah relasi kuasa atas tubuh dan relasi kuasa atas pemikiran.

⁴⁰ Prima Sulistya W., dkk. *Karnaval Caci Maki*. Yogyakarta : Ekspresi Buku. 2011

⁴¹ Anthony Synnot. *Tubuh Sosial Symbolisme , Diri, dan Masyarakat*. Yogyakarta : Jalasutra. 2007

G. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Format deskriptif memiliki tujuan untuk menggambarkan serta meringkaskan berbagai situasi atau kondisi yang muncul di masyarakat sebagai objek penelitian itu. Studi kasus merupakan rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara rinci dan mendalam tentang suatu peristiwa untuk memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang peristiwa tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus yang disampaikan oleh Robert K. Yin. Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok apabila pertanyaan penelitiannya berkenaan dengan *how* (bagaimana) atau *why* (mengapa). Dimana peneliti hanya memiliki peluang kecil untuk mengontrol berbagai peristiwa yang akan diteliti serta fokus penelitiannya ada pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.⁴²

Studi kasus digunakan untuk melacak peristiwa-peristiwa kontemporer sehingga tidak dapat dimanipulasi. Oleh karena itu studi kasus memiliki kesamaan teknik dengan strategi historis tetapi dengan menambahkan dua sumber bukti yaitu observasi dan wawancara sistematis. Kelebihan studi kasus terletak pada kemampuan untuk berhubungan langsung dengan berbagai jenis bukti seperti dokumen, peralatan, wawancara, dan observasi.⁴³

⁴² Robert. K. Yin, *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Press, 2019. Hlm

⁴³ *ibid* hlm 12

Melalui analisis konten, peneliti melakukan penganalisisan tulisan (kata), perkataan (lisan) atau penggunaan bahasa yang dimunculkan pada video *prank* di Youtube oleh pelaku *prank* pada orang yang di-*prank*. Sehingga bentuk-bentuk *prank* yang muncul dapat diketahui.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah video dengan konten *prank* yang ditayangkan di Youtube. Video *prank* yang diunggah sejak tahun 2018 sampai tahun 2020 dan video tersebut masih ada di Youtube. Namun pada penelitian ini hanya diambil 5 sampel video *prank* untuk membatasi penelitian ini. 5 video *prank* tersebut diteliti untuk mendapatkan catatan waktu dan deskripsi yang tepat untuk menjelaskan hal-hal yang terjadi pada video tersebut.

Adapun 5 sampel video *prank* yang diteliti berjudul:

- a. “Jadi orang gila enak juga! *Prank* romantis bareng Paula” oleh Baim Wong
- b. “Nyamar jadi orang miskin! Cewe matre *prank*! *Gold Digger Prank* Indonesia” oleh Atta Halilintar.
- c. “Heboh *Prank* Pocong ABG dimarahi ibu-ibu berdaster” oleh Erlanggs.
- d. “*Prank* hancurin kosmetik pacar!! ternyata harganya sampe jutaan)” oleh Banununab.

- e. “Order Pizza 1.000.000 gw *cancel*, terus gw ga ngaku kalo order Bapak ini nangis” oleh Hasanjjr11.

Kelima judul konten *prank* di atas pernah menjadi viral di media Youtube Indonesia. Peneliti menonton kelima video tersebut dari detik pertama hingga terakhir untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk *prank*. Serta dapat menemukan bentuk-bentuk relasi kuasa yang muncul pada setiap konten video *prank* di teliti setelah melalui proses analisis yang akan dibahas pada bab selanjutnya.

3. Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan 2 metode Observasi dan Studi Pustaka:

- a. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan dengan menggunakan pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis menggunakan metode observasi dengan mengamati dan mencatat secara sistematis seluruh kejadian yang ada pada video *prank* di youtube untuk mendapatkan informasi data-data yang ada dalam video *prank* tersebut.

Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan menonton berulang-ulang sampel video *prank*. Setelah mengetahui bentuk-bentuk *prank* maka selanjutnya menemukan dan memahami relasi kuasa yang muncul dalam video *prank* tersebut. Hal ini juga berguna untuk

mengetahui bagaimana kekuasaan diwujudkan oleh *prankster* pada “korban”. Setelah data temuan yang berupa bentuk-bentuk relasi kuasa diketahui, maka dilanjutkan pencatatan secara sistematis agar dapat dianalisis.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen tertulis ataupun dokumen elektronik dari suatu lembaga atau institusi misalnya melalui artikel, jurnal, ataupun penelitian terdahulu. Dokumen yang digunakan adalah yang berkaitan dengan konten video *prank* ataupun analisis konten di YouTube. Dokumen-dokumen tersebut digunakan untuk mendukung kelengkapan data yang lain.

4. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Robert K. Yin. Menurut penjelasannya, terdapat 3 teknik analisis data yaitu perbandingan pola, pembuatan penjelasan, dan analisis deret waktu seperti sebagai berikut⁴⁴ :

1. Penjodohan Pola

Penjodohan pola yaitu proses membandingkan pola yang berdasarkan empiri dengan pola yang telah diprediksi. Jika kedua pola tersebut memiliki persamaan, maka hasilnya dapat memperkuat validitas studi kasus. Maka peneliti membandingkan

⁴⁴ Robert. K. Yin, *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Press, 2019.

pola yang diprediksi dan pola empiri atau temuan dari data observasi, sampel video, dan studi pustaka. Kemudian penjelasan mengenai teori relasi kuasa Michele Foucault di bandingkan dengan pola yang empiri.

Analisis ini menggunakan 6 indikator yang terdiri dari *ordinary people*, *flawed masculinity*, *humor*, *cimplicity*, *repetitiveness*, dan *whimsical content* oleh Limor Shifman dalam artikel jurnal yang berjudul “*An Anatomy of a Youtube Meme*”.⁴⁵ Artikel tersebut bertujuan untuk mengungkap atribut yang umum pada video “meme” di Youtube. Pada penelitian tersebut, Limor Shifman menghasilkan 6 fitur umum yang ditemukan dalam video. Selanjutnya peneliti juga menggunakan 6 fitur umum tersebut untuk digunakan sebagai indikator dalam menentukan aspek visual yang ditemukan dalam video *prank*. Selanjutnya untuk mendapatkan hasil dari penjadohan pola, maka peneliti melakukan model analisis yang kedua yaitu eksplanasi data.

2. Eksplanasi Data

Eksplanasi data adalah pembuatan penjelasan analisis data studi kasus yang dilakukan. Peneliti melakukan eksplanasi pada penjadohan pola agar data yang ditemukan dapat memberikan kesimpulan.

⁴⁵ Limor Shifman. 2011. “*An Anatomy of a Youtube Meme*”. Jurnal *New Media & Society*.

3. Analisis Deret Waktu

Analisis deret waktu adalah analisis yang meliputi deret waktu sederhana, deret waktu kompleks, dan kronologis. Setelah melakukan analisis data pada konten video *prank* di Youtube serta relasi kuasa yang ada di dalamnya data kemudian diolah dan disajikan agar dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan proses eksplanasi data pada deret waktu.

Relasi kuasa yang muncul dideskripsikan berdasarkan data yang terkumpul, baik melalui kalimat atau potongan gambar yang ada pada sumber data, yaitu video *prank* di Youtube. Untuk membantu memahami suatu gejala dalam video *prank* yang diteliti diperlukan kegiatan interpretasi. Kegiatan tersebut diperlukan untuk memahami dan menentukan bentuk dari relasi kuasa Michele Foucault. Penelitian ini menggunakan analisis konten yang ada pada video *prank* di YouTube.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan untuk mempermudah pembaca memahami isi penelitian pada setiap bab. Penelitian ini memiliki sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab yang masing-masing dijelaskan seperti berikut:

BAB I, berisi pendahuluan meliputi latar belakang yang menjelaskan fenomena pengguna internet khususnya di Indonesia serta alasan ketertarikan peneliti terhadap penelitian ini. Selanjutnya berisi rumusan permasalahan, tujuan dari penelitian, dan manfaat penelitian ini. Lalu terdapat tinjauan pustaka berupa

peninjauan kembali penelitian terdahulu agar dijadikan pembandingan dan mencegah terjadinya pengulangan penelitian. Landasan teori menjelaskan teori yang relevan pada penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif yang pengumpulan datanya melalui observasi. Sistematika penulisan berisi ringkasan masing-masing bab dalam penelitian ini agar dapat dengan mudah dipahamai oleh pembaca.

BAB II, membahas mengenai gambaran kondisi umum Youtube, *Prank*, hingga sejarah video *prank* yang ada di Youtube. Selanjutnya menjelaskan 5 profil konten video *prank* yang meliputi judul video, pembuat video, dan isi konten video *prank*.

BAB III, penyajian data penelitian yang diperoleh dari observasi pada video *prank* di Youtube. Disajikan data temuan dalam bentuk tabel yang berisi judul, waktu, deskripsi kejadian, agar lebih mudah dipahami oleh pembaca. Selanjutnya data temuan dijabarkan menggunakan 2 aspek yaitu aspek visual dan aspek nonvisual. Dari 2 aspek tersebut masing-masing memiliki indikator yang berbeda. Indikator tersebut ditemukan melalui analisis teori.

BAB IV, membahas tentang analisis tema dalam penelitian disertai analisis teori yang relevan terhadap penelitian tersebut. Peneliti melakukan penafsiran terhadap temuan data yang diperoleh pada bab sebelumnya. Temuan data tersebut kemudian dihubungkan dengan teori relasi kuasa Michele Foucault. Selanjutnya pembahasan tersebut diintegrasikan-interkoneksi dengan nilai-nilai

keislaman. Misalnya menjelaskan tentang bagaimana pandangan Islam terhadap video *prank*.

BAB V, yaitu berisi penutup yang menjelaskan jawaban dari pertanyaan penelitian ataupun kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Terdapat keterbatasan penelitian yang dialami selama melakukan penelitian baik secara metodologis dan teoritis. Selanjutnya yaitu rekomendasi yang berisi kelanjutan sumbangan penelitian bagi perkembangan teori yang dibuat berdasarkan keterbatasan dan manfaat penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

YouTube merupakan salah satu situs web untuk berbagi video yang mudah diakses pengguna internet. Video-video yang ada pada youtube sangat beragam yang terdiri dari konten hiburan hingga konten edukatif. Konten-konten tersebut merupakan salah satu media yang dapat dijadikan referensi pembelajaran dan pengetahuan. Sehingga penulis mengambil dan menganalisa lima konten video *prank* di Youtube dengan menggunakan teori relasi kuasa sebagai bahan penelitian.

Pengetahuan dan kuasa tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Kuasa memproduksi pengetahuan, begitu pula pengetahuan mempunyai efek pada kuasa. Hal tersebut merupakan inti dari pemikiran tentang teori relasi kuasa dan pengetahuan menurut Foucault. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka terdapat dua bentuk relasi kuasa yaitu relasi kuasa atas tubuh dan relasi kuasa atas pemikiran. Relasi kuasa atas tubuh berupa objektifikasi, dominasi, pengontrolan dan dominasi ditunjukkan pada lima konten video *prank* yang diteliti. Karena kelima video menunjukkan objektifikasi atas relasi kuasa dengan menjadikan orang lain sebagai alat untuk keperluannya sendiri untuk memperoleh keuntungan pribadi. Sedangkan relasi kuasa atas pemikiran berupa stigmatisasi, dominasi, pengontrolan, dan dominasi hanya ditunjukkan pada dua konten video *prank* yang diteliti. Karena membentuk manipulasi pemikiran melalui wacana *gender* dengan bentuk pemikiran yang berbentuk stigma.

Menjadikan orang orang lain sebagai alat untuk keperluan sendiri serta membentuk stigma negatif terhadap orang lain merupakan tindakan tidak terpuji. Seperti dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai adab dalam humor bahwa kedua hal tersebut bertentangan dengan adab dalam Islam. Sehingga meskipun humor di dalam video *prank* bertujuan menghibur penontonnya, tetapi jika konten di dalamnya tidak beradab maka hanya timbul dampak negatif saja. Masyarakat sebagai penonton dan penikmat konten juga harus selektif dalam memilih tontonan yang bermutu.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Teori

Teori relasi kuasa dalam penelitian ini sudah relevan karena melalui teori ini pertanyaan penelitian dapat menemukan jawabannya. Melalui teori ini peneliti dapat menemukan indikator-indikator untuk menganalisis data temuan. Sehingga bentuk-bentuk *prank* dapat dianalisis dengan teori relasi kuasa seperti yang telah dijabarkan di bab sebelumnya. Namun dalam proses analisis bisa saja pembaca memiliki pendapat ataupun perspektif yang berbeda dalam memahami teori relasi kuasa dalam analisisnya pada konten *prank*.

2. Metode

Metode observasi adalah metode yang paling tepat dalam mengumpulkan data temuan penelitian. Hal ini karena penelitian berbasis analisis konten hanya dapat dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis

seluruh kejadian yang ada pada video *prank* di youtube untuk mendapatkan informasi data-data yang ada dalam video *prank* tersebut. Peneliti melakukan observasi pada penelitian ini yaitu dengan menonton berulang-ulang video *prank* untuk menemukan dan memahami relasi kuasa yang muncul dalam video. Sehingga lebih mudah dalam mendeskripsikan hasil penelitian secara kualitatif.

C. Rekomendasi

Setelah melakukan analisis dan memperoleh hasil penelitian terkait relasi kuasa dalam video *prank* di YouTube, maka peneliti berupaya memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut :

1. Rekomendasi akademis

a. Rekomendasi teoritis

Penulis merekomendasikan penelitian selanjutnya agar lebih memperdalam kajian relasi kuasa yang masih jarang diteliti dalam ilmu sosiologi. Karena kajian tersebut sebenarnya banyak ditemui di dalam masyarakat sekaligus agar masyarakat tidak hanya mengenal arti kekuasaan hanya pada sebatas pada kemampuan seseorang yang menekan, mengekang, dan memaksakan sesuatu terhadap orang atau kelompok lain.

b. Rekomendasi metodologis

Penulis merekomendasikan penggunaan metode pengumpulan data yang berbeda seperti survei atau wawancara pada para penonton konten video jika tidak ingin menggunakan analisis konten sebagai teknik analisis data.

2. Rekomendasi praktis

b. Bagi mahasiswa, sebagai pelajar pada jenjang tertinggi dunia pendidikan, mulai bijaklah dalam menonton tayangan di YouTube.

Karena apa yang ditonton mahasiswa sering kali menjadi acuan orang lain dalam menilai sesuatu. Lakukan banyak penelitian terkait media sosial, karena media sosial akan selalu *update* dan menjadi *trend*. Sehingga semakin banyak penelitian terhadap media sosial yang saat ini agak terbatas. Keterbatasan inilah yang menyebabkan masyarakat kurang menyadari manfaat media sosial yang sesungguhnya.

c. Bagi masyarakat, sebagai masyarakat yang hidup di era informasi digital hendaklah memberikan filter setiap informasi dan tontonan yang diperoleh agar tidak termakan *hoax* dan konten yang tidak mendidik.

d. Bagi *content creator*, sebagai pembuat konten yang ditonton masyarakat luas buatlah konten yang menghibur tetapi tetap edukatif dan informatif.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Kencana: Jakarta
- Matthew B.Miles, A. Michael Huberman.2009. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rakatama Media.
- Robert. K. Yin. 2019. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Press
- Roderick Martin. 1995. *Sosiologi Kekuasaan*. Jakarta: Rajawali Press
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian*, Bandung : PT Refika Aditama
- Sulistya, Prima W., dkk. 2011. *Karnaval Caci Maki*. Yogyakarta : Ekspresi Buku.
- Zulkarimein Nasution. *Komunikasi Massa dan Masyarakat dalam modul Sosiologi Komunikasi Massa*

Sumber Jurnal :

- Abdil Mughis Mudhoffir. 2013. *Teori Kekuasaan Michele Foucault: Tantangan bagi Sosiologi Politik*. Jurnal Sosiologi MASYARAKAT Vol. 18, No. 1, Januari 2013: 75-100
- Abdullah Khozin Af. 2012 *Konsep Kekuasaan Michel Foucault*. Jurnal Tasawuf dan Pemikiran Islam Vol 2 , No 1 Juni 2012
- Andrea Prayoga T.S, Farid. 2018.*Analisis Minat Pelanggan Konten Musik Video pada Channel Youtube Eclat Story*. Jurnal Prologia Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 243 - 249 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
- Anis Fitriani. 2018. *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun Youtube Pemuda Hijrah*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Elvinaro Ardianto. 2004. *Teori dan Metodologi Penelitian “ Public Relation”*. Jurnal Mediator Vol. 5 No. 2, Hlm 235
- Gilang Muhammad Dwijaya, Dinda Amanda Zuliestiana, 2017. *Analisis Positioning Youtuber Indonesia berdasarkan Persepsi Penonton Youtube dengan Menggunakan Metode Perceptual Mapping (Studi Pada Kategori Entertainment dengan Konten Berbasis Vlog)*. Jurnal e-Proceeding of Management : Vol.4, No.3 Universitas Telkom
- Ilman Nafian,dkk. 2017 *Kesenjangan Konten Video sebagai Faktor Timbulnya Perilaku Menyimpang bagi Pengguna Youtube dalam Segementasi Jenjang Pendidikan*. Jurnal Sosietas, Vol. 7, No. 2.
- Iwan Marwan. 2013. *Rasa Humor dalam Perspektif Agama*. Jurnal Al Turas Vol XIX No.1, Juli 2013 Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri.

- Joko Priyanto. 2017. *Wacana, Kuasa dan Agama dalam Kontestasi PilGub Jakarta Tinjauan Relasi Kuasa dan Pengetahuan Foucault*. Jurnal *Thaqafiyat*, Vol.18, No. 2, Desember 2017
- Limor Shifman. 2011. "An Anatomy of a Youtube Meme". Jurnal *New Media & Society* 2012 14: 187. Sage.
- Listya Istiningtyas. *Humor dalam Psikologi Islam*. Jurnal *Intisari*
- Nina Siti Salmaniah Siregar. 2011. *Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik*. Jurnal Ilmu Sosial Fakultas ISIPOL UMA, Volume 4. Nomor 2.
- Rahmanadji, Didiek. 2007. *Sejarah, Teori, Jenis, dan Fungsi Humor*. Jurnal *Bahasa dan Seni* 35.2.
- Renee Hobes, Silke Grafe. *YouTube Pranking Across Cultures*. <https://www.researchgate.net/publication/281403407>
- S. Dinar Annisa Abdullah, 2018. *Peran Hanan Atataki dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial tentang Tuhan (Analisis Isi atas Video "Kangen" di Youtube)*. Jurnal *Raushan Fikr* Vol.7 No.1 IAIN Samarinda
- Sandi Saputra, Ririn Dewi Lestari, Milasari, Octarina Hidayatus Sholikhah *Analisis Karakter Remaja Gaul pada Hedonisme Vlog*. jurnal *Mediapsi* 2017, Vol. 3, No. 1, 26-33
- Shera Aske Cecariyani, 2018. *Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana)*. Jurnal *Prologia* Vol. 2, No. 2, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara
- Swadesta Aria Wasesa. 2013. *Relasi Kuasa dalam Novel Entrok Karya Okky Madasari*. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Yogyakarta

Sumber Website :

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4461246/riset-januari-2019-whatsapp-digilai-netizen-indonesia>,

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/viral>

<https://konsultasisyariah.com/26368-hukum-prank.html>

<https://kumparan.com/wartabromo/video-prank-dari-booming-hingga-di-warning-1r9xMIz9vPt>

<https://kumparan.com/wartabromo/video-prank-dari-booming-hingga-di-warning-1r9xMIz9vPt>

<https://today.line.me/id/v2/article/xLIEGn> “*Arti dan Asal-Usul Meme yang Viral di Internet*”

<https://marketing.co.id/perilaku-penggunaan-youtube/>

<https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=id>

<https://support.google.com/youtube/answer/1714347?hl=id>

<https://voi.id/tulisan-seri/757/melacak-asal-usul-prank-i-dalam-budaya-kejahilan-di-dunia>

<https://www.brilio.net/selebritis/4-konten-youtube-atta-halilintar-ini-viral-tapi-tuai-hujatan-190204i.html#>

<https://www.hitekno.com/internet/2018/10/14/190000/dibanjiri-penonton-ini-3-konten-populer-yang-dibuat-youtuber>

<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5bcd3c39ec7e2/langkah-hukum-jika-kena-iprank-i-oleh-iyoutuber-i>

<https://www.idntimes.com/science/discovery/viktor-yudha/penjelasan-schadenfreude-secara-ilmiah/full>

https://www.kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker.



LAMPIRAN

A. PANDUAN OBSERVASI

Dalam pengamatan (observasi) yang dilakukan untuk mengamati relasi kuasa dalam lima konten video *prank* di Youtube peneliti menggunakan pedoman observasi yang bertujuan untuk mempermudah peneliti melakukan penelitian yang meliputi:

1. Tujuan

Untuk memperoleh bentuk-bentuk relasi kuasa yang muncul dalam konten video *prank* di Youtube.

2. Aspek Pengamatan

- a. Konten video di Youtube
- b. Video *prank*
- c. Pembuat video/ *content creator*
- d. Adegan video yang memuat relasi kuasa

B. PROFIL VIDEO

a. Video 1

Judul : “Jadi orang gila enak juga! *Prank* romantis bareng Paula”

Pembuat konten : Muhammad Ibrahim/ Baim Wong

Durasi video : 14 menit 49 detik

Tanggal diunggah : 22 Januari 2019

b. Video 2

Judul : “Nyamar jadi orang miskin! Cewe matre
prank! Gold Digger Prank Indonesia”

Pembuat konten : Muhammad Attamimi Halilintar/ Atta
Halilintar

Durasi video : 13 menit 28 detik

Tanggal diunggah : 19 September 2018

c. Video 3

Judul : “Heboh *Prank* Pocong ABG dimarahi ibu-
ibu berdaster”

Pembuat konten : Erlangga Alfreda Davian / Erlanggs

Durasi video : 07 menit 22 detik

Tanggal diunggah : 28 Maret 2018

d. Video 4

Judul : *Prank* ancurin kosmetik pacar !! ternyata
harganya sampe jutaan)

Pembuat konten : Banun Rusmanu / Banununab

Durasi video : 09 menit 19 detik

Tanggal diunggah : 29 April 2019

e. Video 5

Judul : Order Pizza 1.000.000 gw cancel, terus gw
ga ngaku kalo order Bapak ini nangis

Pembuat konten : Muhammad Hasan Abdillah/ Hasanjr11
Durasi video : 13 menit 05 detik
Tanggal diunggah : 11 November 2019



Curriculum Vitae

A. Biodata Penulis



Nama : Tanti Nur Ramadhanti
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Bantul, 21 Januari 1997
Alamat : Mrisi RT 09 Tirtonirmolo Kasihan Bantul
Yogyakarta 55181
E-mail : tantinurra01@gmail.com
No. HP : 089669123513

B. Riwayat Pendidikan

1. SD N Winongo : 2003-2009
2. SMP N 2 Sewon : 2009-2012
3. SMA N 3 Bantul : 2012-2015
4. UIN Sunan Kalijaga : 2015-2021