

**REMAJA BERDAYA : STUDI KREATIVITAS
REMAJA ISLAM NGETOS SRIWEDARI MELALUI
KONTEN YOUTUBE MAS DAL CHANNEL DI ERA
PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun Oleh :

Silvy Nidha Khofiyya
NIM. 17102030023

Pembimbing :

Dr. Abdur Rozaki, M.Si
NIP 19750701 200501 1007

Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

2021



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-109/Un.02/DD/PP.00.9/01/2021

Tugas Akhir dengan judul : REMAJA BERDAYA : STUDI KREATIVITAS REMAJA ISLAM NGETOS SRIWEDARI MELALUI KONTEN YOU TUBE MAS DAL CHANNEL DI ERA PANDEMI COVID -19

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SILVY NIDHA KHOFTYYA
Nomor Induk Mahasiswa : 17102030023
Telah diujikan pada : Kamis, 14 Januari 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A

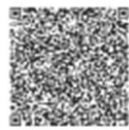
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



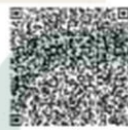
Ketua Sidang/Penguji I
Dr. Abdur Rozaki, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 801226509e36



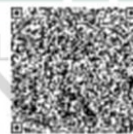
Penguji II
Dra. Siti Syamsiyah, M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 000659040377



Penguji III
Betu Nur Hayati, M.A.
SIGNED

Valid ID: 601152ac59ca



Yogyakarta, 14 Januari 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Mathamah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 801165438f39



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari

Nama : Silvy Nidha Khofiyya

NIM : 17102030023

Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam

Judul Skripsi : Remaja Berdaya : Studi Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari Melalui Konten Youtube Mas Dal Channel Di Era Pandemi Covid-19

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam.


Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Mengetahui,

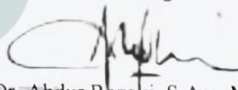
Yogyakarta, 13 Januari 2021

Ketua Prodi PMI

Pembimbing


Siti Aminah, S.Sos, M.Si

NIP. 19831108 201101 2 007


Dr. Abdur Rozaki, S.Ag., M.Si

NIP. 19750701 200501 1 007

ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Silvy Nidha Khofiyya
NIM : 17102030023
Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul *Remaja Berdaya : Studi Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari Melalui Konten Youtube Mas Dal Channel di Era Pandemi Covid – 19*, adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 24 Januari 2021

Mengetahui

Yang menyatakan



Silvy Nidha Khofiyya
17102030023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ucap syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua saya tercinta, Ayahanda Najmuddin dan Ibunda Imas Masitoh yang tiada henti untuk selalu mendoakan dan mendukung untuk kelancaran serta kesuksesan putrinya hingga saat ini.
2. Adik saya, Alfiyah Salsabila yang selalu menjadi teman sekaligus sahabat bagi saya.
3. Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

فإذا عزمْتَ فتوكلْ على الله

“Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah”



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta taufik dan hidayahnya kepada penulis sehingga skripsi ini mampu terselesaikan. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Yang selalu dinantikan syafa'at-Nya di hari akhir. Aamiin Ya Allah Ya Rabbal'alamiin.

Skripsi ini ditulis untuk memnuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana social (S.Sos) dalam program studi Pengembangan Masyarakat Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan.

Dalam proses menyelesaikan skripsi, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih atas bantuan baik secara moril maupun materiil kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Siti Aminah, S. Sos. M.Si selaku ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam yang selalu mengingatkan dan memberikan informasi terupdate perihal tanggal-tanggal penting akademik.
4. Suyanto, S. Sos, M.Si selaku sekretaris Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam yang selalu mengingatkan dan memberikan informasi terupdate perihal tanggal-tanggal penting akademik.
5. Dr. Aziz Muslim, M. Pd. selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Dr. Abdur Rozaki, S. Ag. M.Si, selaku Wakil Rektor III UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan nasihat, saran, arahan dan bimbingannya.

7. Seluruh dosen Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang dengan sabar dan ikhlas dalam memberikan ilmu, pengalaman, dan keterampilan kepada penulis.
8. Seluruh petugas Tata Usaha (TU) beserta staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu berjalannya proses administrasi dalam penyusunan skripsi.
9. Orang tua tersayang dan tercinta Bapak Najmuddin dan Ibu Masitoh, adekku Alfiyah Salsabila, keluarga sederhana yang tak kenal lelah untuk terus berdo'a, memberikan kebahagiaan, memberikan semangat, selalu berjuang untuk anaknya yang tercinta ini.
10. Kakak dan adek sepupu, serta paman dan bibi dari dua keluarga besar tercinta. Terimakasih atas semua dukungannya agar dapat menyelesaikan kuliah ini dengan baik.
11. Keluarga besar Asrama Baitul Qur'an Hamasah Sapen yang telah memberikan tempat tinggal saat pertama kali merantau ke Yogyakarta
12. Keluarga besar Pondok Pesantren Sunni Darussalam Maguwoharjo yang telah memberikan tempat tinggal, ilmu dan pengalaman yang luar biasa
13. Keluarga besar Asrama Baitul Qur'an Daarut Tauhiid Cabang Yogyakarta yang telah memberikan tempat tinggal yang sangat nyaman, damai, ilmu-ilmu dan pengalaman. Terkhusus terimakasih kepada Mba Nida, Ustadzah Ai, selaku ustadzah di Asrama, Mba Atik, Zuma, Mba Ainun, Mba Zahra yang telah bersedia meminjamkan Laptopenya, Alifia, Mba Aul, Mba Azri, Mba Husna Nida yang selalu memberikan semangat.
14. Sahabat-sahabat di Kampus dan Jurusan yang selalu penulis repotkan, yang telah memberikan semangat, dan mengingatkan akan informasi terupdate seputar kampus.
15. UNPEDEIN yang saat ini berkembang menjadi UNIDES (Universitas Pemuda Desa Indonesia) yang telah menjadi wadah untuk mengembangkan ilmu pengembangan masyarakat, yang telah menjadi perantara relasi untuk melakukan KKN Mandiri Konversi dan penyusunan Skripsi di Desa sriwedari Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang. Mas Khabib Anwari yang selalu penulis repotkan dalam proses pengambilan data Skripsi.

16. Teman-teman Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) dan tim Mas Dal Channel yang telah memberikan data dan Informasi yang berkaitan dengan skripsi penulis.
17. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu penulis ucapkan terimakasih.

Kepada berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini penulis ucapkan terimakasih. Karena tanpa bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak bisa selesai dengan baik. Semoga dengan terselesaikannya skripsi ini dapat memberikan dampak positif dan bermanfaat bagi semua kalangan. Penulis mohon maaf atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 24 Januari 2021

Penulis,

SILVY NIDHA KHOFIYYA
17102030023



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Silvy Nidha Khofiyya, *Remaja Berdaya : Studi Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari Melalui Konten Youtube Mas Dal Channel di Era Pandemi Covid – 19*. Skripsi, Yogyakarta : Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) merupakan organisasi kepemudaan di Dusun Ngetos Wetan Sriwedari yang mempunyai kreativitas melalui konten YouTube Mas Dal Channel di era pandemik covid – 19.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses dan dampak kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari berupa optimalisasi konten YouTube Mas Dal Channel. Adapun penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Penyajian data penelitian ini dalam bentuk tulisan dan menerangkan apa adanya data yang diperoleh dalam penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa langkah kreatif Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) dalam mengoptimalkan YouTube Mas Dal Channel menghasilkan terbentuknya organisasi formal Omah Ndeso Entertainment (ONE) yang berorientasi pada profit dalam mengelola YouTube Mas Dal Channel. Hal itu membuktikan bahwa kegiatan tersebut termasuk dalam komunikasi massa. Proses produksi dan distribusi produk informasi/pesan diawali dengan pra produksi, produksi, paska produksi, dan evaluasi. Dalam setiap proses produksi terdapat konsep pemberdayaan guna meningkatkan kualitas SDM. Dampak yang dihasilkan dari kegiatan tersebut bagi pemuda/pemudi RINGS adalah menjadi wadah aktualisasi diri, meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan, dan membuka lapangan pekerjaan serta mampu menjadi sarana kampanye pesan moral bagi masyarakat luas. Tidak sedikit khalayak yang merasa terhibur dan mendapatkan pesan moral setelah menonton konten dari YouTube Mas Dal Channel.

Kata Kunci : Pemuda, YouTube Channel, Pandemi Covid – 19

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
1. Remaja Berdaya.....	1
2. Kreativitas.....	2
3. Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS).....	3
4. Konten Youtube Mas Dal Channel.....	3
5. Era Pandemi CoVid-19.....	4
B. Latar Belakang.....	5
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Tinjauan Pustaka.....	9
G. Kerangka Teori.....	12
H. Metode Penelitian.....	17
I. Sistematika Pembahasan.....	21
BAB II.....	22
GAMBARAN UMUM REMAJA ISLAM NGETOS SRIWEDARI DAN MAS DAL CHANNEL.....	22
A. Gambaran Umum Remaja Islam Ngetos Sriwedari.....	22
1. Letak dan Kondisi Geografis.....	22
2. Kondisi Demografi Dusun Ngetos Wetan.....	24

3. Kondisi Digital Demografi Konten Youtube Mas Dal Channel	28
4. Sejarah Berdirinya RINGS	30
5. Struktur Organisasi	34
6. Kegiatan RINGS	38
B. Gambaran Mas Dal Channel	42
1. Sejarah Berdirinya YouTube Mas Dal Channel	42
2. Struktur Kepengurusan.....	47
3. Manajerial Mas Dal Channel.....	51
4. Jenis Produk Konten Kreatif Mas Dal Channel.....	55
BAB III.....	60
PROSES DAN DAMPAK KONTEN YOUTUBE MAS DAL CHANNEL DI ERA PANDEMI COVID – 19	60
A. Proses Produksi Konten Mas Dal Channel	60
1. Pra Produksi.....	62
2. Produksi	65
3. Pasca Produksi	69
4. Evaluasi	74
B. Dampak Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari di Era Pandemi	76
1. Wadah positif beraktualisasi diri di era pandemik.....	76
2. Menambah softskill dan hardskill.....	78
3. Membuka lapangan pekerjaan.....	80
4. Sarana Kampanye Pesan Moral.....	82
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
1. Proses Produksi Konten Video Mas Dal Channel	85
2. Dampak.....	90
BAB IV.....	92
PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan.....	92
1. Proses produksi konten kreatif Mas Dal Channel.....	92
2. Dampak kreatifitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari di era pandemik.	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Warga Desa Sriwedari.....	25
Tabel 2. Diagram Jumlah Pekerjaan Warga Dusun Ngetos Wetan	25
Tabel 3. Diagram Tingkat Pendidikan Warga Ngetos Wetan.....	27
Tabel 4. Jumlah Sarana Pendidikan Desa Sriwedari.....	28
Tabel 5. Jenis Konten Video YouTube Channel Mas Dal	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Foto Udara Wilayah Dusun Ngetos Wetan	22
Gambar 2. Peta Wilayah Desa Sriwedari dan Wilayah Dusun Ngetos Wetan	23
Gambar 3. Sungai Blongkeng	23
Gambar 4. Jalan lintas provinsi.....	23
Gambar 5. Struktur Pemerintahan Desa Sriwedari	24
Gambar 6. Tangkapan Layar Peningkatan Jumlah Subscriber Mas Dal Channel	28
Gambar 7. Tangkapan Layar perbandingan suka vs tidak suka.....	29
Gambar 8. Tangkapan Layar Gender dan Usia konten Youtube Mas Dal Channel	30
Gambar 9. Kegiatan HUT RINGS ke 17 Tahun	31
Gambar 10. RINGS Audiensi Bersama Masyarakat.....	33
Gambar 11. Malam Takbir RINGS Bersama Masyarakat	34
Gambar 12. Struktur Organisasi RINGS 2018 – 2020.....	34
Gambar 13. Pengurus RINGS Senior Melakukan Reorganisasi	38
Gambar 14. Kegiatan Pengajian.....	39
Gambar 15. Kegiatan Bersih Masjid.....	40
Gambar 16. Relawan Siaga COVID – 19 Dusun Ngetos Wetan	41
Gambar 17. Persiapan Pengambilan Gambar di Akmil Magelang	42
Gambar 18. Proses Pengambilan Gambar Episode Pertama.....	43
Gambar 19. Grafik Konsistensi Penayangan Video Mas Dal Channel.....	45
Gambar 20. Logo Omah Ndeso Entertainment.....	45
Gambar 21. Dokumentasi Mas Dal Channel di SAMSAT Mungkid.....	46
Gambar 22. Proses Produksi Bersama Polantas Magelang.....	46
Gambar 23. Audiensi dan Diskusi Bersama Kapolres Magelang	46
Gambar 24. Audiensi dan Diskusi Bersama YONARMED 11	47
Gambar 25. Susunan Omah Ndeso Entertainment Tahun 2020	48
Gambar 26. Perencanaan Ide Konten	50
Gambar 27. Rapat Besar Omah Ndeso Entertainment.....	50
Gambar 28. Konsep Manajerial Omah Ndeso Entertainment.....	52
Gambar 29. Perencanaan dan Pembukuan Keuangan ONE.....	52
Gambar 30. Persiapan Pengambilan Gambar ONE	53
Gambar 31. Proses Pengambilan Gambar “Remuk Band”	53
Gambar 32. Persiapan Pengambilan Gambar ONE	54
Gambar 33. Promosi Konten Video Mas Channel Kepada KOMINFO	54
Gambar 34. Konten Video Guyonan Bijak.....	56
Gambar 35. Konten Video Full Movie	57
Gambar 36. Konten Video Remuk Band	57
Gambar 37. Konten Video Bermakna Atau Sirna.....	58
Gambar 38. Konten Video Live Streaming	59
Gambar 39. Grafik Penayangan Video Oktober 2019 s.d Oktober 2020.....	61
Gambar 40. Proses pra produksi konten Mas Dal Channel	62
Gambar 41. Tampilan Analisis Video di Halaman Personalisasi Channel	63
Gambar 42. Skenario (Kiri) dan Story Board (Kanan)	64
Gambar 43. Proses Persiapan dan Pengambilan Gambar	66
Gambar 44. Tampilan Proses Sortasi File Video	67

Gambar 45. Tangkapan Layar Video Editor	68
Gambar 46. Dokumentasi wawancara terhadap Kepala Desa	70
Gambar 47. Tahapan Pengoptimalan SEO	70
Gambar 48. Grafik Penggunaan Perangkat Penonton.....	71
Gambar 49. Tangkapan Layar Promosi Melalui Pesan Berantai Whatsapp	72
Gambar 50. Tangkapan Layar Promosi Melalui Instagram.....	73
Gambar 51. Musyawarah Akhir Bulan dan Rapat Evaluasi	74
Gambar 52. Kegiatan Rutin Malam Minggu RINGS Saat Pandemi.....	77
Gambar 53. Proses Rekaman Video Clip Saat Pandemi.....	77
Gambar 54. Pemuda RINGS Mengantar Pesanan Spanduk dan Proses Promosi atau endorse	82
Gambar 55. Penonton Menikmati Konten YouTube Mas Dal Channel	84



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul skripsi ini adalah *“Remaja Berdaya : Studi Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari Melalui Konten Youtube Mas Dal Channel di Era Pandemi Covid - 19”*. Dalam rangka menghindari kesalahan dalam memahami skripsi ini, maka perlu dijabarkan beberapa istilah yang terdapat dalam judul skripsi di atas. Adapun istilah – istilah yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Remaja Berdaya

Remaja berasal dari bahasa latin yaitu *Adolescence* yang berarti *to grow maturity*. Generasi muda atau pemuda diartikan sebagai masa dimana seseorang sedang mengalami perkembangan fisik maupun psikologis¹. Usia remaja menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) berkisar antara 10-24 tahun dan belum menikah². Remaja dalam penelitian ini yaitu organisasi kepemudaan di Dusun Ngetos Wetan Desa Sriwedari Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang yang diberi nama Remaja Islam Ngetos Sriwedari.

Sedangkan kata “Berdaya” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti berkekuatan, berkemampuan, mempunyai cara untuk mengatasi sesuatu³. Dari dua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa “Remaja Berdaya” yang dimaksud adalah remaja yang memiliki kemampuan dan cara dalam mengatasi sesuatu. Dalam penelitian ini remaja berdaya yang

¹ Suzanne Naafs, Ben White, “Generasi Antara: Refleksi Tentang Studi Pemuda Indonesia”, *Jurnal Studi Pemuda*, Vol.1:2 (September, 2012), hlm. 91.

² Amita Diananda, “Psikologi Remaja dan Permasalahannya”, *Jurnal ISTIGHNA*, Vol 1:1 (Januari, 2018), hlm. 117.

³ Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Arti Kata Berdaya” *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, <http://www.kamuskbbi.id/kbbi/artikata.php?mod=view&berdaya&id=6185-arti-maksud-definisi-pengertian-berdaya.html> Diakses tanggal 13 Januari 2020, pukul 07.00.

dimaksud adalah Remaja Islam Ngetos Sriwedari yang memiliki daya kemampuan dalam mengatasi kondisi di era Pandemi Covid-19.

2. Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk selalu berfikir positif terhadap segala sesuatu yang dilihat dan menjadikannya sebagai pengalaman atau guru terbaik⁴. Sedangkan menurut KBBI, kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta atau daya cipta dalam berkespresi⁵. Berfikir merupakan fitrah setiap manusia. Islam sebagai “*rahmatan lil alamin*” atau rahmat bagi seluruh alam telah memberikan pedoman agar manusia hidup dengan mengoptimalkan segala sesuatu yang telah Allah SWT berikan kepadanya, salah satunya adalah kemampuan untuk berfikir kreatif. Seperti dalam firman Allah SWT dalam Q.S Al Baqarah ayat 219 berikut :

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا⁶
وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya : “Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir (Q.S Al – Baqarah : 219)⁶.”

Hal tersebut menekankan tentang esensi manusia sebagai seorang insan pemikir harus senantiasa menggunakan kemampuan berfikirnya dalam menjalani kehidupan. Konsep berfikir tidak sebatas pada hal – hal ilmiah, melainkan pada hal – hal lain seperti kreativitas.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah proses mental individu dalam melahirkan gagasan, proses, metode, ataupun produk baru yang efektif dan berdaya guna dalam sebuah

⁴ Ali Chaerudin, dkk., *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi (Sukabumi: CV Jejak,2020)*, hlm. 454.

⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Arti Kata Kreativitas” *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, <https://kbbi.web.id/kreativitas>, diakses tanggal 14 November 2020, pukul 08.00.

⁶ Al-Quran, 2:219. Semua terjemah ayat Al-quran di skripsi ini diambil dari Al-quran Cordoba (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia,2017).

usaha pemecahan masalah. Kreativitas dalam penelitian ini berupa Masdal Channel yang dibuat oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari.

3. Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS)

Remaja di lokasi penelitian merupakan putra daerah asli yang berasal dari latar belakang pendidikan, keluarga, maupun pekerjaan yang heterogen. Mereka tergabung dalam satu wadah silaturahmi yang diberi nama Remaja Islam Ngetos Sriwedari. Sebagai salah satu elemen masyarakat yang mempunyai fungsi social, pemuda RINGS melakukan kegiatan aktif dan produktif dalam rangka memberikan ruang bagi pemuda yang terdampak pandemic korona seperti pengurangan jam kerja, sekolah dari rumah, bahkan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja).

4. Konten Youtube Mas Dal Channel

Konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai arti sebagai sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten dapat disebar luaskan melalui media elektronik seperti televisi, koran, radio, internet, dan lain sebagainya⁷. Konten dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk video yang dipublikasikan melalui youtube channel.

Sedangkan YouTube merupakan sebuah perusahaan situs web berbagi video yang didirikan tahun 15 Februari 2005 oleh Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim dengan nama domain YouTube. Pada umumnya bentuk video dalam YouTube berupa video klip, film, TV, serta video buatan para pengguna⁸. Dari dua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Konten YouTube adalah segala bentuk video yang mempunyai pesan serta informasi dengan tujuan khusus yang disebar luaskan melalui media YouTube. Dalam

⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Arti Kata Konten" *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, <https://kbbi.web.id/konten>, diakses tanggal 13 November 2020, pukul 06.45.

⁸ Yudhi Herwibowo, *YouTube a Success Story* (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2008), hlm. 1-7.

penelitian ini, konten Youtube yang dimaksud adalah Mas Dal Channel yang merupakan produk kreativitas dari Remaja Islam Ngetos Sriwedari.

5. Era Pandemi CoVid-19

Istilah Era dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti kurun waktu dalam sejarah. Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti pada kurun waktu pandemic covid 19. Pandemic covid-19 merupakan suatu peristiwa penyebaran virus COVID – 19 atau korona yang telah menyebar ke seluruh dunia. Virus corona resmi dideklarasikan sebagai pandemic pada tanggal 12 maret 2020 oleh WHO (*World Health Organization*) atau Badan Kesehatan Dunia⁹.

Penyebaran virus Covid – 19 di Indonesia dimulai sejak Senin, 2 Maret 2020 Presiden RI Joko Widodo menginformasikan kasus COVID-19 positif pertama di Indonesia. Pemerintah RI telah melakukan berbagai upaya untuk menangani kasus CoVid-19 salah satunya yang telah disahkan melalui keputusan Presiden RI No.7 Tahun 2020 yaitu dengan membentuk Gugus Tugas Percepatan penanganan Covid-19¹⁰. Hal ini menyebabkan banyak aktivitas masyarakat dibatasi guna mencegah meluasnya penyebaran virus covid-19. Selain menghimbau masyarakat untuk menjaga pola hidup sehat, pemerintah membuat kebijakan pembatasan aktivitas social dan karantina wilayah di beberapa kota/kabupaten dengan kasus tertinggi. Tercatat hingga Oktober 2020, kasus positif covid – 19 di Indonesia sudah menempati peringkat pertama se asia tenggara. Tercatat kondisi pada saat tanggal 3 Oktober 2020 kasus positif COVID-19 terkonfirmasi sebanyak 299.506 jiwa¹¹.

Dari penegasan judul **“Remaja Berdaya : Studi Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari Melalui Konten Youtube Mas Dal Channel di Era Pandemi Covid-19”** adalah penelitian yang dilakukan berdasarkan fakta

⁹ Nur Indah Fitriani, “Tinjauan Pustaka Covid-19: Virologi, Patogenesis, dan Manifestasi Klinis”, *Jurnal Medika Malahayati*, Vol. 4: 3 (Juli, 2020), hlm 194.

¹⁰Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19, “Protokol Percepatan Penanganan Pandemi COVID-19 (Corona Virus Disease 2019)”, hlm 3.

¹¹ Kementerian Kesehatan RI, “COVID-19 dalam Angka”, hlm 1.

dan data bahwa di dusun tersebut terdapat organisasi kepemudaan yang bernama “Remaja Islam Ngetos Sriwedari” atau RINGS yang membuat konten video di YouTube dengan nama Mas Dal Channel selama masa pandemic covid – 19. Fenomena tersebut menarik untuk dibahas dan dikaji lebih lanjut tentang bagaimana RINGS dapat membuat YouTube Channel dan memproduksi konten – konten kreatifnya selama masa pandemic covid – 19.

B. Latar Belakang

Pada awal tahun 2020, dunia diuji dengan merebaknya kasus virus covid – 19 yang pertama kali muncul di wilayah Wuhan, China. Virus ini sangat cepat menyebar dan hampir menginfeksi manusia di seluruh penjuru dunia¹². Sejak bulan Maret 2020 tercatat sebanyak 214.894 orang di dunia terinfeksi dan sebanyak 8.732 orang meninggal¹³. Sedangkan kasus yang terjadi di Indonesia sudah ditetapkan sejak dikeluarkannya status darurat bencana oleh pemerintah sejak 29 Februari 2020¹⁴. Berbagai langkah preventif maupun kuratif telah dilakukan oleh pemerintah seperti *social distancing*, gerakan memakai masker, cuci tangan, bahkan penerapan karantina wilayah di beberapa daerah. Hal tersebut mempengaruhi secara signifikan berbagai aspek kehidupan manusia seperti social, pendidikan, dan ekonomi.

Pembatasan social dan pengurangan aktivitas manusia di ruang public seperti pusat perekonomian, perdagangan, pertanian, dan pendidikan menyebabkan roda ekonomi di Indonesia mengalami pelemahan. Menurut Lembaga Ilmu Pengetahuan dan Penelitian (LIPI), ada 39,4% bisnis di Indonesia gulung tikar

¹² R. Sebayang, “Awat! WHO Akhirnya tetapkan korona darurat global (2020, Januari 31)”, *CNBC Indonesia*, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200131060856-4-134146/awat-who-akhirnya-tetapan-korona-darurat-global>, diakses tanggal 13 November 2020.

¹³ N.R. Aida, “Update Virus Corona di Dunia: 214.894 Orang Terinfeksi, 83.313 Sembuh, 8.732 Meninggal Dunia (2020, Maret 19)”, *Kompas.com*, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/19/081633265/update-virus-corona-di-dunia-214894-orang-terinfeksi-83313-sembuh-8732>, diakses tanggal 13 November 2020.

¹⁴ N.W. Koesmawardhani, “Pemerintah Tetapkan Masa Darurat Bencana Corona hingga 29 Mei 2020 (2020, Maret 17)”, *Detiknews*, <https://news.detik.com/berita/d4942327/pemerintahtetapkan-masa-darurat-bencana-corona-hingga-29-mei-2020>, diakses tanggal 13 November 2020.

akibat dampak ekonomi yang disebabkan oleh Covid – 19 di awal tahun 2020 ini¹⁵. Hal ini senada dengan beberapa perusahaan yang berada di wilayah Yogyakarta dan Magelang. Beberapa perusahaan tersebut melakukan tindakan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) demi menekan biaya operasional perusahaan.

Di sisi lain usaha dan bisnis mulai dari kelas kecil menengah hingga besar mengalami penurunan omset. Akibatnya tidak sedikit pula pelaku usaha yang melakukan pengurangan jam kerja bagi para karyawannya. Tentu saja kebijakan PHK dan pengurangan jam kerja ini membuat pekerja mengalami penurunan pendapatan yang mengancam kestabilan ekonomi keluarga. Senada dengan fenomena social akibat Covid – 19 tersebut, puluhan pemuda di Dusun Ngetos Wetan, Sriwedari, Magelang turut menjadi orang yang terdampak secara signifikan akibat Covid - 19. Dari hasil observasi peneliti, ada sekitar 9 orang mengalami PHK dan 23 orang lainnya mendapatkan pengurangan jam kerja dari 57 orang pemuda yang terdata.

Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) merupakan organisasi kepemudaan di Dusun Ngetos Wetan, Sriwedari, Muntilan, Magelang yang sudah eksis di masyarakat sejak tahun 2000. Pada tahun 90-an, wilayah tersebut sering mengalami gesekan antar organisasi keislaman akibat perbedaan cara pandang. Maka pada tahun 2000 pemuda di wilayah tersebut berinisiatif untuk membuat sebuah wadah yang mampu menjadi pemersatu berbagai aliran organisasi islam di wilayah tersebut. RINGS hadir dengan semangat persatuan dan *ukhuwah islamiyah* untuk mempersatukan umat islam dan memberikan manfaat untuk orang lain. Selain berfokus pada kegiatan social religious dan politik, saat ini RINGS sudah mampu memberdayakan anggotanya sesuai dengan potensi masing – masing agar dapat menambah nilai tambah.

Organisasi kepemudaan dengan beranggotakan hampir 145 pemuda dari usia 17 – 45 tahun ini melihat peluang besar saat pandemic covid – 19 mulai mempengaruhi geliat ekonomi di Indonesia khususnya wilayah Yogyakarta – Magelang. Peluang tersebut adalah meningkatnya penggunaan media social di Indonesia. Sejak diberlakukannya karantina wilayah di beberapa daerah dan

¹⁵ Selli Nisrina Faradilla, "LIPI : 39,4% Bisnis di Indonesia gulung tikar akibat pandemic korona (2020, Mei 19)", *Kumparan.com*, <https://kumparan.com/kumparansains/lipi-39-4-bisnis-di-indonesia-gulung-tikar-akibat-pandemi-corona-1tRdz3TxQQd>, diakses tanggal 13 November 2020

kebijakan *Work From Home* (WFH) untuk mengurangi penyebaran Covid – 19, *traffic* pesan instan seperti Whatsapp, Instagram, dan Line naik sebesar 40%¹⁶. Sedangkan untuk YouTube mengalami kenaikan jumlah jam tayang sebesar 20% setiap menit *streaming*¹⁷.

Gaya baru masyarakat dalam mengisi waktu selama kebijakan pembatasan aktivitas social dengan media social ini membuka peluang bagi banyak konten creator yang berlomba – lomba untuk membuat konten di media social. Bukan tanpa sebab mereka berlomba – lomba membuat konten agar jumlah *follower*, *subscriber*, dan jam tayang meroket. Seorang YouTuber mampu menghasilkan Rp 7, 33 milliar dari channel yang dia buat¹⁸. Pendapatan tersebut berasal dari iklan yang ditayangkan pada video yang telah dibuat. Nominal rupiah masih dapat bertambah ketika mendapatkan kontrak kerjasama seperti *endorse* sebuah barang atau produk. Tercatat pada tahun 2019 perputaran uang di dunia maya sebanyak 13 triliun rupiah yang terdiri dari berbagai jenis *e-transaction*¹⁹. Maka bukan fenomena yang aneh lagi jika banyak orang berduyun – duyun untuk menjadi seorang konten creator, *public figure*, maupun *influencer* yang mempunyai banyak *follower* dan *subscriber*. Selain nilai tambah secara social, nyatanya secara ekonomi mampu menjadikan sumber pendapatan yang menjanjikan.

Melihat potensi dan peluang yang ada, RINGS berinisiatif untuk membuat konten kreatif dengan nama “Ketoprak Koplak Millenial” yang disebarluaskan melalui YouTube Channel dan halaman Instagram yang diberi nama “Mas Dal Channel”. Konten yang dibuat oleh RINGS bernuansa komedi, edukasi, dan motivasi. Wahana YouTube channel dan media social lainnya oleh RINGS ternyata

¹⁶ Tachta Citra Elfira, “Trafik Pengguna Media Sosial Naik 40 Persen Selama Pandemi Corona (2020, Maret 31)”, *VOI*, <https://voi.id/teknologi/4227/trafik-pengguna-media-sosial-naik-40-persen-selama-pandemi-corona>, diakses tanggal 13 November 2020.

¹⁷ Nasihudin al anshori. “Jumlah pengguna aplikasi berbagi video meroket di masa pandemic covid – 19 (2020, April 25)”, *Liputan 6*, <https://m.liputan6.com/health/read/4236576/jumlah-pengguna-aplikasi-berbagi-video-meroket-di-masa-pandemi-covid-19>, diakses tanggal 13 November 2020.

¹⁸ Kompas, “Jangan Anggap Sepele, Hobi Main Game Bisa Datangkan Cuan Jumbo (2020, Juli 30)”, *Kompas.com*, <https://biz.kompas.com/read/2020/07/30/152902728/jangan-anggap-sepele-hobi-main-game-bisa-datangkan-cuan-jumbo>, diakses tanggal 13 November 2020.

¹⁹ Wahyudi, “Bank Indonesia: Transaksi E-Commerce per Bulan Capai Rp 13 T (2019 November 20)”, *Tempo.co*, <https://bisnis.tempo.co/read/1274672/bank-indonesia-transaksi-e-commerce-per-bulan-capai-rp-13-t>, diakses tanggal 13 November 2020

mampu memicu bakat – bakat terpendam warga utamanya pemuda di wilayah tersebut. Ketrampilan menyanyi, sholawat, hingga bernarasi menjadi potensi yang terus digali oleh RINGS. Hal tersebut dibuktikan dengan dilakukannya kerjasama RINGS dengan Polres Magelang, YonArmed 11 Kostrad, dan Akademi Militer untuk berkolaborasi membuat konten kreatif.

Saat ini channel YouTube yang dikelola oleh RINGS sudah mencapai 1.580 subscriber dengan jam tayang 1.100 menit dan diyakini akan terus berkembang. Meskipun belum bisa dioptimasi agar dapat penghasilan dari Google, tetapi kru dan anggota sudah mendapatkan penghasilan dari *project* kerjasama dengan beberapa pihak seperti membuat konten promosi. RINGS meyakini bahwa pola pemberdayaan semacam ini adalah model yang sesuai dengan potensi anak muda serta relevan dengan peluang yang ada di dunia maya. Ke depan, RINGS akan membuka cabang usaha lain seperti perikanan, peternakan, dan pertanian dengan modal dari hasil membuat konten kreatif di media social seperti YouTube dan media social lainnya.

Berdasarkan uraian permasalahan dan analisis potensi di atas, maka penulis memandang fenomena ini layak untuk diangkat menjadi topik penelitian kualitatif dengan judul “Remaja Berdaya : Studi Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari di Era Pandemi Covid-19”. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Dusun Ngetos Wetan, Sriwedari, Muntilan, Magelang, Jawa Tengah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : *pertama*, bagaimana proses produksi konten YouTube Mas Dal Channel yang dibuat oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) di Era Pandemic Covid-19? *Kedua*, bagaimana dampak konten YouTube Mas Dal Channel yang dibuat oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) di era pandemic covid – 19?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang tersebut, maka dapat dijabarkan bahwa tujuan dalam penelitian ini adalah : *Pertama*, mendeskripsikan proses konten YouTube Mas Dal Channel yang dibuat oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) di era pandemic covid – 19. *Kedua*, mendeskripsikan dampak konten YouTube Mas Dal Channel yang dibuat oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) di era pandemic covid – 19.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang tersebut, maka dapat dijabarkan bahwa manfaat dalam penelitian ini adalah : *Pertama*, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi komunitas/organisasi kepemudaan di sebuah wilayah untuk melakukan program pemberdayaan melalui optimalisasi media sosial. *Kedua*, secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan khususnya tentang program pemberdayaan yang berbasis pada kepemudaan dan media informasi.

F. Tinjauan Pustaka

Guna mengetahui perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian lain yang telah dilakukan, maka peneliti menelaah artikel maupun penelitian yang pernah dibuat. Ada beberapa artikel maupun penelitian yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini, yakni :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Erica Albertina dkk, dengan judul “Perancangan Konten Digital Promosi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang Dalam Era New Normal”. Pada penelitian tersebut, Erica berusaha menjelaskan tentang bagaimana caranya supaya museum tetap diingat oleh calon wisatawan dan tetap ada dalam benak wisatawan. Jenis penelitian tersebut penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Adapun dalam pengumpulan data terdapat dokumen yang telah dikumpulkan, wawancara dan

observasi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya perancangan konten untuk digital promosi museum guna meningkatkan awareness masyarakat tentang keberadaan dan isi dari museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang²⁰.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Hendra Junawan dkk, dengan judul “Eksistensi Media Sosial, *Youtube*, *Instagram* Dan *Whatsapp* Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia”. Pada penelitian tersebut, Hendra membahas tentang eksistensi media sosial youtube, instagram dan whatsapp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual di indonesia. Perkembangan media sosial sangat meningkat setiap tahunnya terlebih lagi dalam kondisi wabah virus korona. Jenis penelitian tersebut dengan menggunakan metode kepustakaan dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan pembahasan serta dapat di analisis. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa perkembangan dan tingkat eksistensi beberapa media sosial yang sering diakses oleh penduduk dunia selama pandemi covid 19. Perkembangan ini tentunya mengalami penetrasi yang sangat jelas dari para pengguna internet dikalangan masyarakat virtual indonesia²¹.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Nafa Dwi Citra Pratiwi dengan judul “*Youtube* Sebagai Media Eksistensi Diri (*Self Performance*) Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya”. Pada penelitian tersebut, Nafa membahas tentang bagaimana Mahasiswa memanfaatkan YouTube sebagai media eksistensi. Dengan tujuan untuk mengetahui secara sosiologis bagaimana mahasiswa dalam menciptakan dan menjaga citra diri untuk mencapai keeksistensian. Jenis penelitian tersebut menggunakan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai konten kreator menggunakan YouTube sebagai media

²⁰ Erica Albertina S, dkk., “Perancangan Konten Digital Promosi Museum Sultan Mahmud Badaruddin Ii Palembang Dalam Era New Normal”, *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata (BARISTA)*, Vol. 7:1 (Juni, 2020), hal 39-47

²¹ Hendra Junawan, dkk., “Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia”, *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 4:1 (Juni, 2020) hal 41-55

eksistensi dengan cara mengunggah konten-konten menarik di YouTube channel mereka yang kemudian dilihat oleh orang lain²².

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Muchammad Bayu dkk dengan judul “Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19”. Dalam hal ini, Bayu dkk ingin mengeksplorasi tentang edukasi masyarakat terhadap COVID-19 melalui media sosial dan budaya yang ada didalamnya. Selanjutnya ingin mengidentifikasi bagaimana media mempengaruhi masyarakat dan dengan melibatkan komunikasi media massa dalam strategi untuk meningkatkan kesadaran tentang usaha penanganan dan pencegahan COVID-19. Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan melalui etnografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya media sosial di Indonesia dapat bertindak sebagai guru yang mampu mengedukasi masyarakat dan menstimulasi dalam penelitian terbaru terkait COVID-19²³.

Penelitian pertama dan ketiga mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu dari sisi metode penelitian dan teknik pengumpulan data. Selain itu, topik penelitian ketiga sama seperti yang akan dilakukan oleh peneliti. Kedua penelitian tersebut merupakan penelitian studi kasus dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun perbedaan penelitian pertama dan ketiga dengan penelitian ini adalah subjek penelitian. Penelitian pertama mempunyai subjek penelitian pengunjung museum, sedangkan penelitian ketiga mempunyai subjek penelitian mahasiswa konten creator YouTube.

Penelitian kedua dan keempat mempunyai persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yaitu topik penelitian. Topik penelitian dari kedua penelitian tersebut relevan dengan objek penelitian ini, yaitu tentang efektifitas penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi di era pandemi. Adapun perbedaan kedua penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah dari sisi metode penelitian dan teknik pengumpulan data. Kedua penelitian tersebut menggunakan

²² Nafa Dwi Citra Pratiwi, *YouTube Sebagai Media Eksistensi Diri (Self Performance) Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya*, Skripsi (Surabaya: Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Ampel, 2020), hlm. 37.

²³ Muchammad Bayu Tejo, dkk., “Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID 19”, *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I*, Vol 7: 6(2020), hlm. 529-542.

metode studi pustaka dan pendekatan etnografi. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif analitis.

G. Kerangka Teori

Penelitian dengan judul **“Remaja Berdaya : Studi Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari Melalui Konten Youtube Mas Dal Channel di Era Pandemi Covid-19”** menggunakan teori komunikasi massa. Komunikasi massa diambil dari bahasa Inggris yaitu *“mass communication”* yang berarti suatu proses produksi dan penyebaran pesan kepada publik yang bersifat heterogen, anonim dan tersebar oleh organisasi media²⁴. Menurut Janowitz, Komunikasi massa terdiri atas lembaga dan Teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film, dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolis kepada khalayak yang besar, dan heterogen²⁵.

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang terjadi melalui media massa kepada khalayak umum dengan suatu tujuan tertentu. Dalam proses terjadinya komunikasi massa, terdapat unsur – unsur yang membangunnya, yaitu :

- (1) Komunikator, komunikator dalam komunikasi massa merupakan pihak yang menjadi sumber penyebaran informasi melalui media massa maupun teknologi komunikasi modern sehingga dapat diakses dengan cepat oleh publik.
- (2) Media massa, media massa merupakan saluran/alat komunikasi yang digunakan sebagai perantara penyebaran informasi secara massal.
- (3) Informasi massa (pesan), merupakan informasi yang akan ditujukan kepada publik secara luas.
- (4) *Gatekeeper*, merupakan penyeleksi informasi yang mempunyai kewenangan untuk memilah, menyeleksi, maupun membatasi sebuah informasi yang akan disampaikan atau disebar luaskan.
- (5) Khalayak, merupakan massa yang menjadi sasaran atau tujuan penyebaran informasi dari media massa yang bersifat

²⁴ Ardianto, dkk., *Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung : simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 31.

²⁵ Denis, *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1* (Jakarta, Salemba Humanika, 2011), hlm. 62.

heterogeny dan luas. (6) Umpan balik, merupakan respon khayalak yang ditimbulkan dari informasi yang disampaikan²⁶.

Komunikasi massa menurut Bitner yang paling sederhana merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Artinya bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jadi, meskipun komunikasi disampaikan kepada khalayak umum seperti mimbar akbar di lapangan yang dihadiri banyak orang tapi tidak menggunakan media massa, maka tidak bisa disebut sebagai komunikasi massa. Adapun media komunikasi yang termasuk ke dalam media massa adalah radio siara, televisi, surat kabar, majalah, dan film²⁷.

McQuail juga menyebutkan bahwa komunikasi massa tidak jauh dari kehidupan masyarakat yang menggunakan isu-isu tersebut dengan maksud akan dikembalikan atau dikonsumsi oleh masyarakat. Terdapat empat perspektif media dan masyarakat yang dikemukakan oleh McQuail diantaranya ; Perspektif media kulturalis (perspektif yang dalam hubungannya menggunakan contoh media tertentu dan mendalami makna subjektif dari pengalaman konteks tertentu), Pendekatan media materialis (menekankan pada pembentukan konten media yang berkaitan dengan teknologi dan hubungan social dari penerimaan dan produksi), Perspektif social Kulturalis (Menaruh pengalaman dan media di bawah kekuatan yang lebih besar), Perspektif social materialistis (Ideology dominan yang terbentuk dari pandangan kritis terhadap kepemilikan dan control media). Unsur sumber (komunikator) dalam komunikasi massa berbentuk organisasi yang dikelola secara professional yang mengedepankan profit²⁸.

Sumber (komunikator) merupakan Lembaga atau organisasi yang bekerja secara terstruktur, terorganisir, dan mempunyai sumber pembiayaan. 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 nirlaba²⁹. Disisi lain.

²⁶ Mulyana, *Modul Sosiologi Komunikasi*, (Universitas Mercu Buana 2016), hlm. 61.

²⁷ Khomsahrial, *Komunikasi Massa* (Jakarta : PT.Grasindo, 2016), hlm. 2.

²⁸ Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, (Makassar : Alauddin University Press,2013), hlm. 230.

²⁹ Khomsahrial, *Komunikasi Massa* (Jakarta : PT.Grasindo, 2016), hlm. 10.

McQuail menyatakan bahwa lembaga media massa atau komunikator dalam komunikasi massa mempunyai ciri sebagai berikut :

1. Aktivitas intinya adalah produksi dan distribusi informasi dan budaya
2. Media mendapatkan fungsi dan tanggungjawab dalam “ranah public” yang diawali oleh Lembaga
3. Kontrol pada umumnya bersifat regulasi sendiri dengan Batasan yang ditentukan oleh masyarakat
4. Batasan keanggotaan tidak jelas
5. Media pada prinsipnya bebas dan bersih dari kekuatan politik dan ekonomi

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 sebagainya³⁰. Pesan dalam komunikasi massa merupakan tanda – tanda maupun symbol yang mempunyai makna. Bahasa adalah salah satu jenis tanda yang termasuk dalam golongan symbol yang menjadi lambing utama dalam mengemas pesan – pesan yang akan disampaikan ke khalayak. Pesan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak secara satu arah. Meskipun ada kemungkinan terjadi umpan balik dari khalayak, namun porsinya sangat kecil jika dibandingkan dengan system komunikasi lainnya seperti komunikasi antar pribadi.

Informasi yang diproduksi dan didistribusikan Lembaga media massa bukanlah cerminan dari fenomena yang akan disampaikan kepada masyarakat. Proses produksi melalui mekanisme seperti penyeleksian atau penyaringan bahan informasi tersebut. Dalam praktiknya, proses seleksi informasi merupakan pemberian titik focus maupun penonjolan, pengurangan, dan pengabaian isu – isu tertentu dalam informasi tersebut. Hal tersebut didasarkan pada berbagai pertimbangan yang berkaitan dengan redaksi maupun factor eksternal seperti ekonomi dan politik media. Maka bukan hal yang aneh Ketika ada berbagai media massa yang menyampaikan isu – isu sebuah informasi yang sama tetapi

³⁰ Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, (Makassar : Alauddin University Press,2013), hlm. 135.

memberikan penonjolan dan format penyampaian yang berbeda sesuai dengan kepentingan masing – masing media. Dengan demikian, media memainkan perannya dalam menata agenda dari berbagai informasi yang adapat membentuk opini public atau prasangka social³¹.

Media massa merujuk pada sarana atau peralatan yang digunakan untuk menyebarluaskan 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 digital³². Media massa sangat beragam jenis dan bentuknya. Seiring perkembangan zaman, media massa terus mengalami perkembangan. Dari yang awalnya terbatas pada surat kabar, radio, film, hingga music, saat ini sudah masuk ke era internet. Internet termasuk sebagai media massa. Menurut McQuail dalam bukunya disebutkan bahwa internet termasuk media massa dengan ciri : (1) Teknologi berbasis computer, (2) Karakternya hibrida, tidak berdedikasi, dan fleksibel, (3) Potensi interaktif, (4) Fungsi public dan privat, (5) Peraturan yang tidak ketat, (6) Ada dimanapun dan dapat diakses secara massal, (7) Media komunikasi massa dan pribadi³³. McQuail menyatakan bahwa ciri media massa adalah sebagai berikut :

1. Teknologi berbasis computer
2. Karakternya hibrida, tidak berdedikasi, dan fleksibel.
3. Potensi interaktif
4. Fungsi public dan privat
5. Peraturan yang tidak ketat
6. Ada dimanapun dan dapat diakses secara massal
7. Media komunikasi massa dan pribadi.

Khalayak komunikasi massa adalah sasaran distribusi pesan – pesan media massa yang terdiri dari beragam individu dan kelompok yang heterogeny serta tersebar luas. Media massa biasanya menargetkan khalayak bagi produk yang dihasilkannya (pesan) dengan segmentasi khalayak tertentu yang dapat dikonsumsi secara serempak dan terbuka. McQuail dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa” menyatakan bahwa khalayak mempunyai ciri – ciri sebagai berikut :

³¹ *Ibid.*, hlm. 140.

³² *Ibid.*, hlm. 145.

³³ Denis, *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1* (Jakarta, Salemba Humanika, 2011), hlm. 70.

1. Memiliki jumlah besar penonton, pembaca, dan lain – lain
2. Sangat tersebar
3. Non interaktif dan hubungan yang anonym bagi satu sama lain
4. Komposisinya heterogeny
5. Tidak teratur atau bertindak sendiri
6. Objek pengaturan atau manipulasi media

Gatekeepers berfungsi menyaring pesan-pesan yang diproduksi media massa. mereka adalah parta editor, wartawan, penyunting, dan sebagainya. Para *gatekeepers* dalam menjalankan tugasnya dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yakni ekonomi, pembatasan hukum, batas waktu (deadline), etika pribadi dan profesionalisme, kompetisi antarmedia, nilai berita, dan reaksi terhadap feedback yang tertunda. *Gatekeeper*, merupakan penyeleksi informasi yang mempunyai kewenangan untuk memilah, menyeleksi, maupun membatasi sebuah informasi yang akan disampaikan atau disebar luaskan³⁴.

Efek komunikasi massa berkaitan dengan dampak atau hasil yang diperoleh dari mengkonsumsi media massa. Dampak tersebut berkaitan dengan perubahan yang terjadi dalam diri khalayak sebagai akibat terpaan pesan-pesan media massa. Komunikasi massa berlangsung dalam satu konteks social tertentu sehingga menyebabkan hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi antara media massa dan masyarakat. Media massa dianggap memberikan pandangan atau pengaruh tertentu bagi masyarakat seperti membawa ide baru dan ketrampilan. Demikian pula masyarakat membawa pengaruh bagi media³⁵.

Topik dalam penelitian ini menempatkan Mas Dal Channel yang dibentuk oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) mempunyai unsur – unsur dalam komunikasi massa, yaitu Omah Ndeso Entertainment sebagai komunikator, akun YouTube Mas Dal Channel sebagai media massa, konten video humor sebagai informasi massa (pesan), sutradara dan editor sebagai *gatekeeper*, penonton atau *nitizen* sebagai khalayak, dan berbagai respon masyarakat seperti komentar, *like*,

³⁴ Mulyana, *Modul Sosiologi Komunikasi* (Universitas Mercu Buana 2016), hlm. 62.

³⁵ Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, (Makassar : Alauddin University Press,2013), hlm. 245.

subscribe, dan *share* adalah sebagai umpan balik. Maka dapat disimpulkan bahwa fenomena yang terjadi dalam penelitian ini relevan dengan teori komunikasi massa.

H. Metode Penelitian

Penelitian dengan judul **“Remaja Berdaya : Studi Kreativitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari Melalui Konten Youtube Mas Dal Channel di Era Pandemi Covid-19”** ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Lexy Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan memahami peristiwa yang terjadi pada subjek penelitian yang dideskripsikan dalam bentuk narasi sesuai kaidah ilmiah³⁶. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Penelitian deskriptif analitis adalah penelitian yang bertujuan untuk menguraikan dan menganalisis gejala, fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat mengenai objek penelitian di daerah tertentu³⁷. Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dilakukan agar dapat memunculkan temuan guna memberikan informasi yang lebih mendalam tentang pemuda dan proses produksi konten kreatif di Desa Sriwedari.

Penelitian ini dilakukan di Dusun Ngetos Wetan Desa Sriwedari Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang Jawa Tengah. Alasan peneliti memilih lokasi ini pertama, di dusun tersebut terdapat organisasi kepemudaan yang cukup progresif dan aktif melakukan kegiatan di masyarakat. Kedua, partisipasi masyarakat yang cukup tinggi terhadap kegiatan social kemasyarakatan. Ketiga, peneliti tertarik dengan produk kreatifitas yang dibuat oleh pemuda tersebut di media social selama pandemic covid-19. Keempat, belum pernah ada yang meneliti tentang kepemudaan di wilayah tersebut selama pandemic covid-19.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dihimpun dari segala bentuk data yang diperoleh di lapangan yang berkaitan dengan kepemudaan dan produksi konten kreatif di Dusun Ngetos Wetan. Subjek penelitian dalam penelitian ini

³⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Peneletian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hlm 6.

³⁷ Nurul Zuriah, *Metodologi penelitian sosial dan Pendidikan* (Jakarta : PT umi aksara), hal. 47.

adalah informan. Informan ditentukan berdasarkan beberapa kriteria seperti yang disampaikan oleh Sugiyono yang menyatakan bahwa pemilihan responden / informan dalam penelitian kualitatif adalah berdasarkan asas subjek yang menguasai permasalahan, memiliki data yang memadai dan bersedia memberikan informasi yang memadai dan akurat³⁸. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini informan yang terlibat secara langsung adalah : ketua remaja islam ngetos sriwedari (RINGS), tokoh masyarakat di desa sriwedari, kepala desa sriwedari, sekretaris desa, ketua karang taruna, pendamping desa sriwedari, pegiat kepemudaan di desa sriwedari, dan masyarakat yang aktif menggunakan media sosial dan internet.

Penelitian ini dimulai sejak bulan Agustus 2020 yang diawali dengan penggalian data di lapangan. Penelitian ini dilakukan maksimal selama dua bulan terhitung sejak 1 November 2020 sampai dengan 31 Desember 2020. Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari : wawancara mendalam (*indepth-interview*), pengamatan (*Observation*), dan dokumentasi.

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data serta informasi dari informan³⁹. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*indepth-interview*) yang secara umum mempunyai pengertian sebagai proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara bertanya secara langsung dengan informan menggunakan pedoman (*guide*)⁴⁰. Wawancara mendalam bertujuan untuk memperoleh informasi sedalam – dalamnya yang dikendalikan oleh peneliti sehingga proses wawancara tidak melebar. Informasi tentang proses pemuda di Dusun Ngetos Wetan dalam membuat konten kreatif melalui media social instagram dan youtube channel. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada narasumber yang dipilih berdasarkan tingkat keterlibatannya dengan proses produksi konten kreatif yang dilakukan oleh pemuda RINGS. Dalam hal ini, peneliti mewawancarai beberapa orang, yaitu : (1) Ketua pemuda RINGS angkatan pertama dan saat ini

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, CV,2017), hlm. 87.

³⁹ Silalahi, Ulber, *Metode penelitian Sosial*, (Bandung : PT Refikama Aditama, 2010), hlm . 312.

⁴⁰ Sutopo,H.B, *Metode penelitian Kualitatif Edisi Revisi* , (Surakarta : Sebelas Maret University Press, 2002), hlm. 59.

untuk mengetahui pola pengorganisasian yang dilakukan oleh RINGS selama 20 tahun berdiri, (2) Pemuda RINGS yang saat ini menjalankan program produksi konten untuk menggali data tentang proses produksi, (3) Pimpinan Omah Ndeso Entertainment sebagai fasilitator pemuda RINGS dalam memproduksi konten kreatif, (4) Kepala Desa Sriwedari sebagai informan tentang keterlibatan pemdes dalam program produktif yang dilakukan oleh pemuda RINGS, dan (5) Warga dalam maupun luar Dusun Ngetos Wetan yang menjadi penonton atau *viewer* untuk mengetahui dampak nyata aktifitas produksi konten kreatif yang dilakukan oleh pemuda RINGS.

Teknik observasi atau pengamatan merupakan pengamatan lingkungan sekitar termasuk kejadian, gejala atau sesuatu guna menafsirkan dan mengungkap factor maupun menemukan kaidah yang mengaturnya menggunakan panca indera⁴¹. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan. Observasi non partisipan adalah pengamatan yang menempatkan peneliti sebagai penyaksi terhadap gejala yang terjadi. Hal – hal dalam observasi ini terfokus pada bagaimana proses pemuda di Dusun Ngetos Wetan dalam membuat konten kreatif yang dituangkan dalam bentuk catatan lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung selama proses produksi konten kreatif di rumah kreatif Omah Ndeso dimulai dari pra-produksi, produksi, dan paska produksi untuk mengetahui pola proses produksi konten kreatif melalui media sosial. Selain itu, peneliti juga mengobservasi warga yang menjadi penonton atau *viewer* produk konten kreatif pemuda RINGS untuk mengetahui respon penonton.

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dilakukan dalam penelitian ini melalui pengumpulan dokumen, gambar, dan laporan hasil pekerjaan untuk mendapatkan data resmi. Dokumen ini dapat berupa gambar, tulisan, maupun karya monumental dari seseorang⁴². Teknik dokumentasi dilakukan untuk melengkapi dan memperkuat hasil pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan dokumen seperti foto kegiatan

⁴¹ Waryono, dkk., *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2014), hlm. 29.

⁴² Anis Fuad, Kandung Sapto Nugroho, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014), hlm. 61.

pemuda RINGS selama proses produksi konten kreatif yang sudah dilakukan, dokumen catatan rapat/musyawarah, dokumen keuangan, skenario, dan perangkat administrative lainnya seperti surat, promosal, dan brosur yang digunakan.

Paska melakukan pengumpulan data, tahap selanjutnya adalah validasi data. Validitas data merupakan keabsahan data atau kesesuaian data yang diperoleh oleh peneliti dengan yang terjadi di lapangan⁴³. Validasi dalam penelitian ini dilakukan untuk membuktikan keaslian dan keakurasian data melalui triangulasi. Teknik triangulasi merupakan teknik yang menggunakan lebih dari satu teori, beberapa teknik analisa, dan melibatkan banyak peneliti⁴⁴. Adapun Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan cara membandingkan dan menegcek balik (*chec and rechek*) derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda⁴⁵. Adapun Teknik triangulasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan mencocokkan dan membandingkan antara informasi yang disampaikan satu informan dengan informan lainnya, informan dengan hasil obervasi, maupun data dokumentasi.

Teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah Teknik analisis model Mile dan Huberman, yaitu model analisis interaktif. Model analisis ini terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data terdiri dari memilih, memfokuskan, dan merangkum data berdasarkan tingkat kepentingan kemudian dilakukan pencarian tema/pola dengan tujuan untuk mempermudah penyajian data dan penarikan kesimpulan⁴⁶. Pada tahap ini peneliti melakukan proses analisis data seperti mengolah data, mengorganisir data, mengelompokkan data, dan mencari pola yang sama. Selanjutnya peneliti melakukan penyajian data berdasarkan pola atau kelompok data untuk memudahkan proses penarikan kesimpulan. Penyajian data dapat berupa grafik, diagram, maupun sejenisnya⁴⁷. Data disajikan dalam bentuk uraian singkat yang bersifat naratif. Terakhir penulis

⁴³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 321.

⁴⁴ J. R. Rako, *Metode Penelitian kualitatif*, (Jakarta : PT Grasindo, 2010), hlm. 134.

⁴⁵ Sutopo,H.B. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2002), hlm. 79.

⁴⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2008), hlm. 92.

⁴⁷ Anis Fuad, Kandung Sapto Nugroho, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014), hlm. 17.

melakukan penarikan kesimpulan dari hasil reduksi data dan penyajian data⁴⁸. Penarikan kesimpulan disertai dengan bukti dan data yang valid serta konsisten untuk mendukung dan menguatkan kesimpulan sementara. Dengan demikian, penarikan kesimpulan ini dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi ke dalam empat bab yang di dalamnya terdapat sub – sub sebagai berikut :

Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat peneltian, kajian Pustaka, kajian teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan deskripsi atas gambaran umum yang meliputi kondisi sosial masyarakat di Dusun Ngetos Wetan dan profil organisasi kepemudaan di sana.

Bab ketiga merupakan pembahasan yang terdiri dari deskripsi tentang proses produksi dan dampak konten kreatif yang dilakukan selama masa pandemic Covid – 19 melalui media sosial.

Bab keempat merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran terhadap peneliti. Dan pada akhir penulisan, peneliti mencantumkan daftar Pustaka, lampiran – lampiran, dan daftar Riwayat hidup peneliti.

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 65.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu :

1. Proses produksi konten kreatif Mas Dal Channel

Kegiatan yang dilakukan oleh YouTube Mas Dal Channel termasuk dalam kegiatan komunikasi massa. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan YouTube Mas Dal Channel yang pada awalnya dikelola secara social tanpa mengharapkan keuntungan tetapi setelah diterpa masa pandemik, pengelolaannya bertransformasi menjadi lembaga profit yang dikelola secara professional. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh McQuail bahwa salah satu ciri khas komunikasi massa adalah dikelola oleh lembaga profit dengan organisasi formal yang melibatkan banyak orang dan pendanaan yang besar.

Hal tersebut jelas terbukti dengan terbentuknya organisasi formal dengan orientasi profit yang bernama Omah Ndeso Entertainment (ONE). Dalam menjalankan fungsinya, ONE mempunyai *standard operational procedure* (SOP) dalam memproduksi serta mendistribusikan produk informasi/pesan dalam bentuk video humor melalui media YouTube. Adapun tahapan produksi terdiri dari pra produksi, produksi, paska produksi, dan evaluasi.

Dalam tahap pra produksi, tim kreatif akan melakukan pengembangan ide konten melalui riset tentang topik yang sedang *tranding* melalui media social. Selanjutnya adalah pembuatan scenario dan story board guna panduan saat proses pengambilan gambar. Proses dilanjutkan dengan produksi yang terdiri dari pengambilan gambar, sortasi file, dan editing. Ketiga langkah ini

merupakan proses mengambil dan mengumpulkan serta meracik bahan – bahan yang dibutuhkan untuk konten. Setelah langkah produksi selesai, selanjutnya adalah tahap paska produksi. Dalam tahap ini Omah Ndeso Entertainment akan mengoptimalkan media YouTube yang digunakan sebagai sarana distribusi konten agar mendapatkan atensi oleh public. Adapun cara yang dilakukan adalah dengan mengoptimalkan kualitas video, riset kata kunci, membuat deskripsi dan judul, memberikan hastag, menambahkan *embed* dan *link* video, membuat jadwal unggah, dan promosi. Aktivitas tersebut disebut dengan optimalisasi *Search Engine Optimazion* atau disingkat SEO. Langkah terakhir adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan berdasarkan respon yang diberikan oleh public baik melalui kolom komentar, analisis video (jumlah jam tayang), maupun kritik dan saran yang langsung disampaikan oleh masyarakat.

Respon public terhadap konten – konten kreatif yang diproduksi oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) melalui Omah Ndeso Entertainment saat ini telah mendapatkan banyak respon positif dari public. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya komentar positif dan jumlah *like* serta jumlah jam tayang video. Dengan segala dinamika yang sudah dilalui oleh Mas Dal Channel, kini pengelolaannya sudah bertransformasi menjadi lembaga profit yang mengandalkan konten – konten kreatifnya sebagai ladang ekonomi guna memberdayakan masyarakat sekitar utamanya pemuda Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) selama masa pandemic.

Model pemberdayaan yang dilakukan oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) adalah mentoring intensif. Mentoring intensif yang dimaksud adalah cara memberdayakan potensi pemuda RINGS melalui cara – cara pendekatan yang humanis dan mengedepankan kekeluargaan. Hamper setiap minggu para pemuda berkumpul bersama dan berdiskusi tentang banyak hal. Remaja Islam Ngetos memberikan pendampingan secara langsung dan berkelanjutan dimulai dari proses perencanaan (pra produksi), produksi, paska produksi, hingga evaluasi. Hamper di semua tahapan proses terjadi transfer ilmu dan ketrampilan baik dari senior ke junior maupun antar pemuda (tutor sebaya). Pengembangan kapasitas diri juga dilakukan melalui

pengiriman perwakilan RINGS dalam pelatihan sosial media secara *online*. Pertemuan – pertemuan yang dilakukan secara massif mampu menjaga komitmen dan motivasi para pemuda untuk terus berproses bersama dalam mengelola YouTube Mas Dal Channel.

2. Dampak kreatifitas Remaja Islam Ngetos Sriwedari di era pandemik.

Kegiatan yang dilakukan oleh Remaja Islam Ngetos Sriwedari di era pandemic sangat membawa banyak dampak baik bagi pemuda RINGS maupun terhadap masyarakat luas. Pertama mampu menjadi wadah positif beraktualisasi diri pemuda di era pandemic. Tidak sedikit bakat seni pemuda RINGS yang keluar saat mereka dituntut untuk berfikir membuat konten. Hal ini kemudian dioptimalkan dengan cara Latihan bersama setiap ada pertemuan rutin. Kedua adalah mampu menambah *softskill* dan *hardskill* pemuda seperti dalam mengoperasikan kamera, editing, *public speaking*, dan lainnya. Ketiga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi pemuda di sekitar Dusun Ngetos Wetan.

Penghasilan pemuda yang bekerja di bawah naungan Omah Ndeso Entertainment per bulan mencapai 1,5 sampai dengan 1,6 juta per bulan sesuai dengan posisinya. Sedangkan untuk gaji pemuda yang bekerja dengan hitungan per project adalah 250 sampai dengan 500 ribu setiap projectnya. Sumber pendanaan yang digunakan untuk operasional Mas Dal Channel berasal dari unit usaha lainnya yang dikelola oleh Omah Ndeso Grup. Sedangkan dampak bagi masyarakat adalah menjadi sarana untuk mengkampanyekan pesan – pesan moral. Masyarakat lebih mudah memahami dan menerima pesan dari setiap konten karena disajikan dalam nuansa humor dan durasi yang singkat serta bahasa yang mudah dipahami. Kesamaan latar belakang baik dari sisi budaya, nilai social, maupun kesamaan selera terhadap humor membentuk komunitas tersendiri bagi para penonton YouTube Mas Dal Channel.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan pendalaman teori, peneliti mempunyai beberapa saran untuk Omah Ndeso Entertainment sebagai lembaga profit yang lahir dari pemikiran kritis pemuda Remaja Islam Ngetos Sriwedari (RINGS) saat pandemic dalam mengoptimalkan YouTube Mas Dal Channel. Pertama, berdasarkan dinamika yang terjadi pada pengelolaan Mas Dal Channel sebelum masa pandemic yang relative tidak konsisten menyebabkan jam tayang belum terpenuhi 4 ribu jam sebagai salah satu syarat sebuah akun YouTube dapat dimonetisasi. Maka perlu penjadwalan khusus untuk memproduksi dan mendistribusikan konten – konten video melalui YouTube secara konsisten agar jam tayang dapat tercapai dalam waktu yang telah ditetapkan oleh YouTube, yaitu 12 bulan. Kedua, memberikan pelatihan khusus kepada pemuda Remaja Islam Ngetos (RINGS) yang lain sesuai dengan bidang kesukaannya agar pembagian tugas dapat berjalan dengan maksimal. Hal ini mengingat sejauh ini pengelolaan Mas Dal Channel masih terpaku pada beberapa orang. Tentu saja hal tersebut dapat memperlambat optimalisasi YouTube Mas Dal Channel dalam berkreasi.

DAFTAR PUSTAKA

A. Referensi Buku

- Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, (Makassar : Alauddin University Press,2013)
- Akhmad Mulyana, *Modul Sosiologi Komunikasi*. (Yogyakarta : UMB,2020)
- Ali Chaerudin, dkk., *Sumber Daya Manusia: Pilar Utama Kegiatan Operasional Organisasi* (Sukabumi: CV Jejak,2020)
- Amita Diananda, “Psikologi Remaja dan Permasalahannya”, *Jurnal ISTIGHNA*, Vol 1:1 (Januari, 2018)
- Anis Fuad, Kandung Sapto Nugroho, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014)
- Ardianto, dkk., *Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung : simbiosis Rekatama Media, 2004)
- Cony Semiawan, *Memupuk Bakat dan Kreativitas siswa Sekolah Menengah*, (Jakarta: Gramedia, 1997)
- Denis, *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1* (Jakarta, Salemba Humanika, 2011)
- Erica Albertina S, dkk., “Perancangan Konten Digital Promosi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang Dalam Era New Normal”, *Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata (BARISTA)*, Vol. 7:1 (Juni, 2020)
- Ferdi Arifin, “Mubaligh YouTube Komodifikasi Konten Dakwah”, *Al-Balagh : Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol,4:1
- Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19, “Protokol Percepatan Penanganan Pandemi COVID-19 (Corona Virus Disease 2019)”
- Hendra Junawan, dkk., “Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram, dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia”, *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 4:1 (Juni, 2020)
- Kementerian Kesehatan RI, “COVID-19 dalam Angka”
- Khomsahrial, *Komunikasi Massa* (Jakarta : PT.Grasindo, 2016),
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Peneletian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006)

- Muchammad Bayu Tejo, dkk., “Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID 19” , *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-I*, Vol 7: 6(2020),
- Mulyana, *Modul Sosiologi Komunikasi*, (Universitas Mercu Buana 2016)
- Nafa Dwi Citra Pratiwi, *YouTube Sebagai Media Eksistensi Diri (Self Performance) Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya*, Skripsi (Surabaya: Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Ampel, 2020
- Nur Indah Fitriani, “Tinjauan Pustaka Covid-19: Virologi, Patogenesis, dan Manifestasi Klinis”, *Jurnal Medika Malahayati*, Vol. 4: 3 (Juli, 2020),
- Nurul Zuriah, *Metodologi penelitian sosial dan Pendidikan* (Jakarta : PT umi aksara)
- Ronald B. Adler & George Rodman, *Understanding Human Communication* (New York : Oxford University,2006),
- Silalahi, Ulber, *Metode penelitian Sosial* , (Bandung : PT Refikama Aditama, 2010)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, CV,2017),
- Sutopo,H.B, *Metode penelitian Kualitatif Edisi Revisi* , (Surakarta : Sebelas Maret University Press, 2002),
- Suzanne Naafs, Ben White, “Generasi Antara: Refleksi Tentang Studi Pemuda Indonesia”, *Jurnal Studi Pemuda* , Vol.1:2 (September, 2012)
- Syarifan Nurjan, “Pengembangan Berpikir Kreatif”, *Al – Asasiyya : Journal Basic of Education*. Vol.03:01, (Juli – Desember 2018),
- Waryono, dkk., *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi , 2014)
- Wright, Charles R, *Sosiologi Komunikasi Massa (Terjemahan Lilawati Trim)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,1988),
- Yudhi Herwibowo, *YouTube a Success Story* (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2008)

B. Referensi Website

- Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Arti Kata Berdaya” Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, <http://www.kamuskbbi.id/kbbi/artikata.php?mod=view&berdaya&id=6185-arti-maksud-definisi-pengertian:berdaya.Html> Diakses tanggal 13 Januari 2020, pukul 07.00.

- Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Arti Kata Konten" *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, <https://kbbi.web.id/konten>, diakses tanggal 13 November 2020, pukul 06.45.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Arti Kata Kreativitas" *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*, <https://kbbi.web.id/kreativitas>, diakses tanggal 14 November 2020, pukul 08.00.
- Kompas, "Jangan Anggap Sepele, Hobi Main Game Bisa Datangkan Cuan Jumbo (2020, Juli 30)", *Kompas.com*, <https://biz.kompas.com/read/2020/07/30/152902728/jangan-anggap-sepele-hobi-main-game-bisa-datangkan-cuan-jumbo>, diakses tanggal 13 November 2020.
- N.R. Aida, "Update Virus Corona di Dunia: 214.894 Orang Terinfeksi, 83.313 Sembuh, 8.732 Meninggal Dunia (2020, Maret 19)", *Kompas.com*, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/19/081633265/update-virus-corona-di-dunia-214894-orang-terinfeksi-83313-sembruh-8732>, diakses tanggal 13 November 2020.
- N.W. Koesmawardhani, "Pemerintah Tetapkan Masa Darurat Bencana Corona hingga 29 Mei 2020 (2020, Maret 17)", *Detiknews*, <https://news.detik.com/berita/d4942327/pemerintah-tetapkan-masa-darurat-bencana-corona-hingga-29-mei-2020>, diakses tanggal 13 November 2020.
- Nasihudin al anshori. "Jumlah pengguna aplikasi berbagi video meroket di masa pandemic covid - 19 (2020, April 25)", *Liputan 6*, <https://m.liputan6.com/health/read/4236576/jumlah-pengguna-aplikasi-berbagi-video-meroket-di-masa-pandemi-covid-19>, diakses tanggal 13 November 2020.
- R. Sebayang, "Awat! WHO Akhirnya tetapkan korona darurat global (2020, Januari 31)", *CNBC Indonesia*, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200131060856-4-134146/awat-who-akhirnya-tetapkan-corona-darurat-global>, diakses tanggal 13 November 2020.
- Selli Nisrina Faradilla, "LIPI : 39,4% Bisnis di Indonesia gulung tikar akibat pandemic korona (2020, Mei 19)", *Kumparan.com*, <https://kumparan.com/kumparansains/lipi-39-4-bisnis-di-indonesia-gulung-tikar-akibat-pandemi-corona-1tRdz3TxOQd>, diakses tanggal 13 November 2020
- Tachta Citra Elfira, "Trafik Pengguna Media Sosial Naik 40 Persen Selama Pandemi Corona (2020, Maret 31)", *VOI*, <https://voi.id/teknologi/4227/trafik-pengguna-media-sosial-naik-40-persen-selama-pandemi-corona>, diakses tanggal 13 November 2020.
- Wahyudi, "Bank Indonesia: Transaksi E-Commerce per Bulan Capai Rp 13 T (2019 November 20)", *Tempo.co*, <https://bisnis.tempo.co/read/1274672/bank-indonesia-transaksi-e-commerce-per-bulan-capai-rp-13-t>, diakses tanggal 13 November 2020

C. Referensi Al-Quran

Al-Quran, 2:219. Semua terjemah ayat Al-quran di skripsi ini diambil dari Al-quran Cordoba (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia,2017).

Al-Quran, 58:11. Semua terjemah ayat Al-quran di skripsi ini diambil dari Al-quran Cordoba (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia,2017

D. Wawancara

Wawancara Pak Anang Imamuddin, S.P, Sebagai Ketua RINGS Angkatan pertama sekaligus pembina RINGS tanggal 26-27 November 2020

Wawancara Khabib Anwari, S.Pd, Sebagai tokoh pemuda aktif RINGS sekaligus sebagai Manager ONE tanggal 27 November 2020

Wawancara M. Sholikhin, Sebagai Anggota aktif RINGS sekaligus aktor Mas Dal Channel tanggal 27 November 2020 pukul 09.35

Wawancara Dengan Rizky Juli Ardhana, Sebagai pemuda RINGS sekaligus Kameramen ONE Pada Tanggal 19 November 2020

Wawancara Dengan Mirza Noor Bhakti, Sebagai mantan ketua RINGS sekaligus Manager Perlengkapan dan Teknis Mas Dal Channel

Wawancara dengan Edi Nugroho, Sebagai Kepala Desa Sriwedari

Wawancara Dengan Tato Winarno, Sebagai Anggota aktif RINGS sekaligus aktor Mas Dal Channel

Wawancara dengan Prama Aditya Ketua RINGS 2019 - 2020 Pada 17 November 2020

Wawancara dengan Rizki Juli Ardhana Kameramen ONE Pada 29 November 2020 Pukul 19.00 WIB

Wawancara dengan Indah Dwi Febrianti Sebagai Penonton Mas Dal Channel Pada 1 Desember 2020

Wawancara dengan Albeit Taufik Sebagai Penonton Mas Dal Channel Pada 1 Desember 2020