



**KONSTRUKSI NILAI MOTIVASI DALAM VLOG
YOUTUBE GITA SAVITRI “Setelah S1, What’s Next?”
BEROPINI EP.6**

(Analisis Wacana Model Teun A.Van Dijk)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas
Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)

Disusun Oleh :

LIZZA NADIYA ELFARIYANA

NIM. B06216019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2019**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA
PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Lizza Nadiya Elfariyana
NIM : B06216019
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul : Konstruksi Nilai Motivasi dalam Vlog Youtube
Gita Savitri "Setelah S1, What's Next?"
Beropini Ep.6
Alamat : Jl. Gunung Bromo XI A No.20, Denpasar –
Bali

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga Pendidikan tinggi manapun untuk mendapat gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah hasil karya sendiri saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti atau mengandung unsur plagiasi maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi.

Surabaya, 13 Desember 2019

Yang menyatakan,



Lizza Nadiya Elfariyana
Lizza Nadiya Elfariyana
NIM. B06216019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Lizza Nadiya Elfariyana
NIM : B06216019
Program Study : Ilmu Komunikasi
Judul : Konstruksi Nilai Motivasi dalam Vlog Youtube Gita Savitri berjudul
"Setelah S1, What's Next?" Beropini episode 6 (Analisis Wacana
Model Teun A. Van Dijk)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.

Surabaya, 10 Desember 2019

Dosen Pembimbing,



Rahmad Harianto, S.IP, M.Med.Kom
197805092007101004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

KONSTRUKSI NILAI MOTIVASI DALAM VLOG YOUTUBE
GITA SAVITRI "Setelah SI, What's Next?" BEROPINI EP.6

SKRIPSI

Disusun Oleh

Lizza Nadiya Elfariyana

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 16 Desember 2019

Tim Penguji,

Penguji I

Rahmad Harianto, S.IP.,
M.Med.Kom
NIP.197805092007101004

Penguji III

Muchlis, S.Sos.L., M.Si
NIP. 197911242009121001

Penguji II

Dr. Agoes Moh. Moefad, SH.,
M.Si
NIP.197008252005011004

Penguji IV

Pardianto, S.Ag., M.Si
NIP. 197306222009011004

Surabaya, 16 Desember 2019

Dekan,



Dr. H. Abd. Halim, M.Ag
NIP. 195307251991031003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

J. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : LIZZA NADIYA ELFARIYANA
NIM : B06216019
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI/ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : lizza.nadiyana01@gmail.com

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk membenarkan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

KONSTRUKSI NILAI MOTIVASI DALAM VLOG YOUTUBE GITA SAVITRI

"SETELAH 51, WHAT'S NEXT?" BEROPINI EP.6 (ANALISIS WACANA MODEL TEUN

A.VAN DIJK)

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2019

Penulis

(Lizza Nadiya Elfariyana)

ABSTRAK

Lizza Nadiya Elfariyana, NIM. B06216019, 2019. Konstruksi Nilai Motivasi Dalam Vlog Youtube Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?” Beropini Ep.6. (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)

Persoalan yang akan dikaji dalam skripsi ini, yaitu bagaimana nilai motivasi terkonstruksi dalam vlog Youtube Gita Savitri Devi berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” Ep.6. Tujuan peneliti adalah untuk mengetahui wacana yang dikembangkan dalam vlog “Setelah S1, What’s Next?”.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis teks media dengan pendekatan kritis. Kemudian data tersebut dianalisis dengan dasar pemikiran Teun A. Van Dijk, yang fokus kepada dimensi teks, kognisi sosial dan konteks sosial.

Dari hasil penelitian ini menemukan adanya :

- a. Motivasi membangun pemahaman mengenai masa depan,
- b. Pentingnya membangun motivasi diri sendiri,
- c. Hambatan membangun motivasi dalam diri,
- d. Manfaat memotivasi diri sendiri,
- e. Pemahaman tujuan hidup,
- f. Esensi mencintai diri sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya adalah melakukan kajian mendalam yang menekankan pada aspek-aspek teori konstruktivisme.

Kata Kunci : Konstruksi, Motivasi, Gita Savitri, Wacana

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Konsep	7
1. Konstruksi Nilai Motivasi	7
2. Vlog Gita Savitri	8
3. Vlog Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?” Beropini Ep.6	10
F. Sistematika Pembahasan	11

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Kajian Pustaka.....	13
1. Konstruksi Nilai Motivasi.....	13
2. New Media.....	17
3. Analisis Wacana.....	27
a. Wacana.....	27
b. Analisis Wacana.....	29
c. Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk	30
B. Kerangka Teoretik.....	42
1. Kajian Teori	42
a. Teori Konstruktivisme	42
b. Asumsi Konstruktivisme.....	44
c. Macam-Macam Konstruktivisme.....	47
d. Efek Komunikasi Cerdas	47
2. Kerangka Penelitian	48
C. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
B. Unit Analisis.....	53
C. Jenis dan Sumber Data	53
D. Tahapan Penelitian	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
F. Teknik Analisis Data.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	58
1. Profil Gita Savitri.....	58
2. Profil Vlog “Setelah S1, What’s Next?” beropini Eps. 6	64

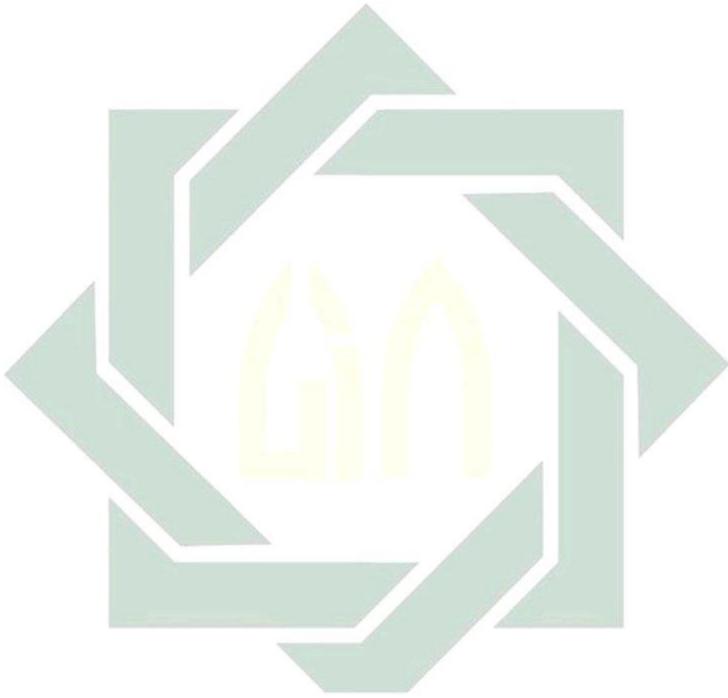
B. Penyajian Data	66
1. Konstruksi Nilai Motivasi pada Vlog Youtube Gita Savitri berjudul “setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” Eps. 6.	66
2. Analisis Wacana Teun A.Van Dijk: Tematik, Skematik, Semantik, Sintaksis, Stilistik, Retoris, Kognisi Sosial, Konteks Sosial pada Vlog Youtube Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?”.	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian	92
1. Temuan Peneliti	92
2. Perspektif Teori.....	99
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	103
B. Rekomendasi.....	105
 DAFTAR PUSTAKA	106
 LAMPIRAN	111
 LAMPIRAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	112
 BIOGRAFI PENELITI	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Elemen Wacana Teun A. Van Dijk.....	16
Tabel 2.1 Elemen Wacana Teun A. Van Dijk.....	45
Tabel 2.2 Alur Kerangka Pikir Penelitian	54
Tabel 3.1 Potongan kalimat data faktor-faktor Motivasi	65
Tabel 3.2 Potongan kalimat data struktur Makro.....	68
Tabel 3.3 Potongan kalimat data Superstruktur	69
Tabel 3.4 Potongan kalimat data stuktur Mikro.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Screenshoot</i> Buku Rentang Kisah Gita Savitri cetak ulang ke-13.....	58
Gambar 3.2 <i>Screenshoot</i> Youtube Creators for Change Fellows	61
Gambar 3.3 <i>Screenshoot</i> Host Muslim Traveler NET TV.....	61
Gambar 3.4 <i>Screenshoot</i> Poster Pengisi Materi Ruang Guru .	61
Gambar 3.5 <i>Screenshoot</i> Youtube Gita Savitri Segmen Beropini	63
Gambar 3.6 <i>Screenshoot</i> komentar pada vlog “Setelah S1, What’s Next?”	66
Gambar 3.7 Adegan pada vlog Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?”	68
Gambar 3.8 Adegan pada vlog Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?”	77



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari manusia pasti melakukan sesuatu, dan ketika kita melakukan sesuatu pasti butuh yang namanya motivasi. Banyak yang mengatakan bahwa kehidupan tidak semudah kata-kata motivator, jika hanya diberikan kata-kata motivasi dan tidak tulus dalam diri sendiri akan sia-sia. Motivasi dikatakan sebagai dorongan psikologis atau batin yang menuntun seseorang ke suatu tujuan. Motivasi menciptakan situasi seseorang muncul, memiliki arah dan mampu mempertahankan motivasi, menurut Kartini Kartono motivasi dapat dijadikan dorongan terhadap diri seseorang agar mampu melakukan hal yang diinginkan.¹ Keinginan melakukan sesuatu yang ada di dalam batin atau psikologis seseorang menimbulkan dorongan agar mampu melakukan tindakan-tindakan.

Motivasi bisa dimaknai charger, jika kita memiliki barang elektronik seperti laptop, handphone, secanggih apapun jika lowbat percuma tidak akan bisa dipakai. Sama seperti hidup kita, manusia dilahirkan memiliki potensi dan bakat yang jauh diatas ekspektasi kita, namun jika tidak memiliki motivasi yang tepat maka hidup kita akan biasa-biasa saja. Sebagai contoh ketika kita sedang menghadapi rintangan, tantangan kita akan merasa jenuh dan capek, bisa jadi kita akan berhenti berusaha. Tetapi ketika kita memiliki motivasi yang tepat hidup kita tidak akan biasa-biasa saja, karena adanya dorongan untuk melakukan sesuatu ke arah yang tepat atau ke arah yang lebih baik. Oleh karena itu sangat penting memiliki motivasi yang tepat.

Banyak dari motivator seperti Marry Riana, Mario Teguh, dsb. mengalami peningkatan hidup yang luar biasa

¹ Yulianto Kadji, “*Tentang Teori Motivasi*”, Jurnal Inovasi, Vol. 9 No.1, ISSN. 1693-9034. Maret 2012.

karena mereka mendapatkan motivasi yang tepat. Motivasi dalam diri kita bisa didapatkan dari orang terdekat misalnya keluarga, teman, kekasih bahkan hanya dari diri sendiri. Pada zaman sekarang ini motivasi dapat di temui di mana saja, termasuk internet. Adanya internet mengubah cara interaksi individu dengan individu, maupun individu dengan masyarakat. Selain untuk berinteraksi, adanya internet membuka kesempatan bagi masyarakat luas untuk bisa menjadi pengirim sekaligus penerima, menjadi penonton maupun pembuat konten di internet.

Karena cepatnya perkembangan teknologi informasi komunikasi di 10 tahun terakhir dapat dilihat dari masyarakat yang menggunakan internet di seluruh dunia. Berdasarkan hasil *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia atau yang biasa dikenal APJII pada tahun 2016 silam, ditemukan hasil bahwa terdapat lebih dari setengah masyarakat penduduk Indonesia, tepatnya dengan jumlah yang cukup banyak yakni 132,7 juta orang Indonesia telah menggunakan internet.²

Internet merupakan salah satu bentuk media yang menawarkan beragam platform yang dapat dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan penggunaannya. Media sosial, sebagai salah satu bentuk media baru (*new media*) yang menjelma sebagai ruang yang diterjemahkan secara bebas oleh penggunaannya. Media baru memunculkan *virtual reality*, realitas virtual ini merupakan fenomena yang sering muncul karena media baru memungkinkan penggunaannya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya, memperluas jaringan seluas-luasnya, mencari konten-konten menarik yang terbaru, dan menunjukkan identitas yang lain dengan yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata. Meski bukan tidak mungkin juga, bahwa identitas

² Yoga Hastyadi Widiartanto, "Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta." Diakses dari www.tekno.kompas.com, pada tanggal 24 Oktober 2016.

diri pengguna di dunia maya merupakan representasi dari identitas aslinya di dunia nyata.³

Begitu banyak kegunaan media sosial sebagai bagian dari new media. Salah satu new media yang populer saat ini adalah youtube. Popularitasnya diprediksi akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna. Bahkan, peran Youtube di Indonesia mulai menggantikan peran televisi. Berdasarkan riset yang dilakukan Youtube Indonesia, 92 persen pengguna Indonesia menyatakan Youtube adalah tujuan pertama mereka ketika mencari konten video, 92% itu didominasi oleh masyarakat urban dan 85% masyarakat rural. Sedangkan dari segi kuantitas penonton, Youtube juga sudah menyaingi televisi. Dari 1.500 responden, 53 persen menyatakan mengakses Youtube setiap hari, dan 57 persen menyatakan menonton televisi setiap hari.⁴

Kepopuleran yang diraih oleh Youtube, membuat banyak orang yang beralih profesi menjadi Youtuber⁵ dengan memproduksi konten atau video di platform tersebut. Berbagai macam konten dapat ditemukan di Youtube, baik itu hiburan, tutorial, konten yang mengandung nilai-nilai Islam, konten motivasi yang dikemas dalam sajian yang menarik seperti film pendek, music video, hingga inovasi baru dalam dunia video yaitu Vlog (Video Blog). Vlog merupakan salah satu konten yang paling banyak yang ada di Youtube. Teknik pengambilan gambar dan penyuntingan gambar vlog relatif lebih mudah membuat para pengguna Youtube memilih vlog sebagai konten utama pada isi Youtube mereka. Para vlogger⁶ biasanya hanya menggunakan kamera pocket atau kamera handphone untuk merekam vlog.

³ M. E. Fuady, *Surat Kabar Digital sebagai Media Konvergensi di Era Digital*, Jurnal Mediator Vol.2 No.1, 2002, hlm.56.

⁴ Lely Maulida. "Popularitas Youtube hampir salip TV di Indonesia". Diakses dari www.tek.id, pada tanggal 09 Mei 2018.

⁵ Youtuber adalah pengguna youtube.

⁶ Vlogger adalah sebutan untuk pembuat vlog.

Begitu banyak kegunaan media sosial youtube sebagai bagian dari *new media*. Youtube dipilih dalam penelitian ini karena menjadi salah satu media sosial yang saat ini begitu banyak digunakan di Indonesia. Namun sayangnya, belum semua pengguna youtube dapat memanfaatkan media sosialnya untuk hal positif secara maksimal. Padahal, akun media sosial youtube dapat digunakan sebagai media pembentukan *personal branding* yang efektif dengan karakter daya yang luas.

Gita Savitri merupakan salah satu dari sekian banyak remaja Indonesia yang telah memanfaatkan media sosial youtube-nya untuk menorehkan ide dan pemikirannya. Di saat remaja seusianya masih mengalami tahap kelabilan dalam pembentukan identitas diri, Gita Savitri justru telah mengetengahkan pemikirannya yang matang dengan gayanya yang tetap santai dan berjiwa muda. *Branding* itulah yang menjadikan para penonton termotivasi dan menarik minat peneliti untuk mengetahui lebih dalam bagaimana *personal branding* Gita Savitri bisa membentuk nilai motivasi melalui akun media sosial youtubanya.

Dari *personal branding* Gita Savitri inilah para remaja bisa termotivasi; yang pertama dengan pemikiran Gita Savitri yang akan saya paparkan pada bab pembahasan, selain pemikirannya terdapat juga gaya penyampaian Gita Savitri yang santai namun tegas dalam menyampaikan opininya mengenai apapun yang sedang terjadi masalah di masyarakat, lingkungan sekitar, maupun kebiasaan remaja. Tidak perlu dengan cara marah-marah atau menjelekan masalah yang ada seperti vlogger yang lain, tetapi dengan cara Gita Savitri yang santai, tegas dan berbeda seperti itulah para remaja dapat mendengarkan dan meniru dengan cara yang baik, namun tetap dengan cara yang diinginkan para remaja.

Anak-anak remaja masa kini cenderung mengkonsumsi media sosial hanya sebagai hiburan, bahkan tidak jarang yang menggunakannya sebagai tombak kriminalitas seperti penipuan, pornografi, bullying, dan tindakan asusila lainnya. Sehingga

konten yang dapat memotivasi para remaja harus di perbanyak dan diapresiasi.

Gita Savitri sudah mulai menggunakan YouTube sejak 2009 untuk mengupload video Cover lagu. Namun, ia baru aktif membuat konten vlog tahun 2016. Gita berinisiatif untuk membuat konten vlog yang positif, informatif dan dapat menambah wawasan bagi penontonnya, khususnya untuk kaum muda di Indonesia agar lebih peka terhadap lingkungan sekitarnya dan lebih banyak mengerjakan hal-hal positif.⁷

Vlog (video blog) buatan Gita Savitri atau yang biasa dipanggil Gita Savitri menjadi objek penelitian ini dikarenakan keragaman konten vlog, tidak hanya tentang kuliner, make up dan fashion seperti halnya kebanyakan vlogger wanita, namun juga membahas kehidupan di Jerman, dan yang paling penting terdapat segmen opini yang membahas tentang fenomena yang terjadi saat ini. Dalam vlog Gita Savitri hampir semua videonya berisi pembahasan mengenai kondisi remaja, permasalahan suatu negara, pandangan hingga kritik mengenai bagaimana beragama yang seharusnya. Selain itu, ia kerap membuat vlog yang menginspirasi seperti vlog yang membahas mengenai *body positivity*, bagaimana menyikapi *fake news* atau *hoaks* di sosial media, cita-cita, pemahaman mengenai masa depan dan sebagainya.

Karena konten inspiratifnya, Gita Savitri masuk ke daftar “25 Vlogger Wanita Indonesia Inspiratif” yang dirilis oleh Wolipop, sebuah media online yang berisi inspirasi gaya hidup wanita modern.⁸ Gita Savitri juga sering dimuat dalam artikel rekomendasi Youtuber yang cocok untuk anak muda, seperti yang dimuat oleh IDN Times, media online untuk Milenial dan Generasi Z. Gita Savitri menempati posisi pertama dalam artikel

⁷ Talkshow Indonesia Morning Show NET TV Episode “*Talkshow With Gita Savitri Devi, Kenalkan Islam Melalui Media Sosial*”, Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=cRAdS8LjA1g>, pada tanggal 16 April 2019.

⁸ Wolipop. “25 Vlogger Wanita Indonesia Inspiratif”, Diakses dari <https://wolipop.detik.com>, pada tanggal 21 April 2019.

“10 Channel YouTube Inspiratif Buat Millenials”.⁹ Usahanya untuk membuat konten positif membuat YouTube Gita Savitri Devi mencapai lebih dari 700.000 subscriber.

Di saat remaja seusianya masih mengalami tahap kelabilan dalam pembentukan identitas diri, Gita Savitri justru telah mengetengahkan pemikirannya yang matang dengan gayanya yang tetap santai dan berjiwa muda layaknya remaja. Dalam video yang diunggah pun Gita tidak jarang mendapatkan *feedback positive* serta mampu mempengaruhi pola pikir penonton, tidak sedikit juga yang ikut beropini dengan Gita Savitri pada kolom komentar youtubanya. Gita Savitri membagikan tulisan yang berisi pesan moral dengan dibalut cerita, hal itulah yang memberikan nilai lebih atas dirinya sehingga banyak yang termotivasi atas pembahasan yang di utarakan pada tiap video yang ia upload.

Isi Youtube Gita Savitri Devi mempunyai beberapa segmen vlog diantaranya “Videonya Gita”, berisi mengenai kegiatan sehari-harinya. “Tentang Jerman”, yaitu segmen dimana ia membahas segala sesuatu tentang Jerman, tak jarang ia mengajak kawannya untuk membahas pengalamannya selama tinggal di Jerman. Selanjutnya “Beropini”, merupakan segmen dimana ia mengungkapkan argumen atau opininya mengenai suatu fenomena.

Salah satu video dalam segmen “Beropini” yang berjudul “Setelah S1, What’s Next?” di Episode 6 ini, merupakan video blog Gita Savitri yang membahas fenomena *fresh graduated* yang sedang mencari pemahaman terkait masa depan. Dengan latar belakang tersebut penulis akan mengkaji lebih dalam konstruksi nilai-nilai motivasi dalam video blog Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?” Beropini Ep.6 Di Youtube. Dan penulis menggunakan analisis wacana Model Teun A. Van Dijk. Motivasi merupakan landasan penting bagi siapapun terutama remaja yang baru memasuki jenjang wisuda,

⁹ Siti Nur Azizah Fitriani Akbar, “10 Channel YouTube Inspiratif Buat Millenials”, Diakses dari <https://www.idntimes.com>, pada tanggal 21 April 2019.

karena remaja yang baru lulus memasuki masa dimana sedang menentukan jati dirinya, berperilaku dan menjadi tuntutan gaya hidup untuk ke jengjang selanjutnya yang lebih baik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana konstruksi nilai motivasi tersalurkan melalui video blog (vlog) Gita Savitri yang berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” Episode 6?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan konstruksi nilai motivasi dalam vlog Gita Savitri yang berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” Episode 6.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat dan dapat membuka pikiran masyarakat terutama remaja mengenai sudut pandang dalam mengidentifikasi jati dirinya serta mendorong pikiran remaja secara positif melalui akun vlog youtube Gita Savitri. Dan diharapkan mampu bermanfaat baik dari segi teoritis maupun segi praktis. Sehingga dapat bermanfaat bagi semua oihak yang membaca penelitian ini.

E. Definisi Konsep

1. Konstruksi Nilai Motivasi

Dari kamus ilmiah populer, konstruk merupakan konsepsi, bentuk susunan (bangunan), rancang, menyusun, membangun, melukis dan memasang.¹⁰ Dalam ilmu komunikasi, pesan merupakan suatu makna atau nilai yang ingin disampaikan oleh seorang komunikator kepada komunikan. Nilai yang di sampaikan dimaksudkan agar terjadi kesamaan maksud antara komunikator dan

¹⁰ Partanto, Pius A. Al Barry, M, Dahlan. *Kamus Ilmiah Popule*, Surabaya: Arloka, 1994, hlm.365.

komunikasikan. Dalam komunikasi, nilai atau makna merupakan salah satu unsur yang sangat penting.

Proses komunikasi terjadi dikarenakan adanya pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain. Pesan tersebut dapat tertulis maupun lisan, yang didalamnya terdapat simbol-simbol yang bermakna, yang telah disepakati antara pelaku komunikasi. *Message* merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.¹¹ Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa konstruksi pesan adalah sebuah aktifitas yang bertujuan untuk membangun suatu makna kepada orang lain.

Sedangkan motivasi merupakan satu penggerak atau dorongan dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai sesuatu tujuan. Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup. Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupan.

Dapat diambil kesimpulan bahwa konstruksi pesan motivasi adalah sebuah aktifitas yang bertujuan untuk membangun suatu dorongan kepada orang lain yang mengandung pemikiran perubahan yang kuat untuk mencapai suatu tujuan.

2. Vlog Gita Savitri

Tren nge-vlog di Indonesia rasanya udah diminatin banyak kalangan. Ada yang isinya konten negatif, ada juga yang menginspirasi secara positif. Kalau mantengin media sosial semacam Instagram, pasti udah enggak asing dengan cewek cantik bernama Gita Savitri. Gita Savitri Devi yang lebih dikenal dengan Gita Savitri adalah remaja asal Indonesia yang mendapat beasiswa untuk berkuliah di

¹¹ Onong Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002, hlm.18.

Jerman. Gita Savitri mendapat sorotan dari banyak khalayak atas pemikirannya, baik sebagai blogger, youtuber, maupun selebgram.

Penelitian ini lebih fokus terhadap vlog Gita Savitri berjudul *Setelah S1, What's Next* dalam pembentukan nilai motivasi. Sebagai selebgram, Gita memiliki karakter yang kuat. Hal itu ditunjukkan dengan konsistensinya yang tinggi terhadap konten kiriman yang dibagikan kepada para pengikutnya. Dengan jumlah pengikut yang cukup banyak yakni 714.000 subscriber, Gita dapat menjangkau banyak khalayak dalam menyebarkan ide dan pemikirannya.

Terlepas dari jumlah video yang diupload sudah cukup banyak yaitu 362 video dengan *subscriber*-nya yang banyak yaitu 714 ribu, setiap konten yang ditunjukkan dalam youtube Gita Savitri lebih beragam antara lain *travel* vlog, vlognya Gita, keragaman kehidupan di Jerman, Q & A, dan segmen opini. Segmen opini yang sering menjadi motivasi dan inspirasi bagi para *subscriber*-nya. Hal itu peneliti amati setelah membandingkan dengan pengguna youtube wanita Indonesia lainnya yang sebagian besar berbicara tentang make-up, traveling, kuliner dan juga mereka jarang menceritakan opini diri mereka akan suatu fenomena yang sedang terjadi.

Tidak sedikit kiriman Gita yang mendapat respons positif serta mampu memengaruhi pola pikir remaja lainnya agar lebih bijak dalam bertindak. Melalui akun youtubanya, Gita membagikan tulisan yang berisi pesan moral dengan dibalut cerita. Hal itu menjadikan apa yang dituturkan tidak terkesan menggurui karena lebih menonjolkan kesan santai khas gaya kawula muda. Santai, asyik, dan menarik, merupakan hal yang mencerminkan pembawaan Gita. Hal itulah yang memberikan nilai lebih atas dirinya sehingga banyak pesan moral pada setiap postingannya yang diterima baik para pengikutnya.

Walaupun jauh dari Indonesia, bukan berarti enggak peduli dan enggak bisa berkontribusi buat Indonesia. Hal itulah yang menjadi pertimbangan Gita, Youtuber muda Indonesia yang telah menyelesaikan studinya di Jerman. Walaupun jauh dari Tanah Air, Gita secara aktif manfaatin saluran youtube-nya buat berbagi vlog inspiratif dari perjalanannya berkuliah di Jerman.

Gita Savitri adalah salah satu dari sekian banyak remaja Indonesia yang telah memanfaatkan media sosial youtube-nya untuk menorehkan ide dan pemikirannya. Di saat remaja seusianya masih mengalami tahap kelabilan dalam pembentukan identitas diri, Gita Savitri justru telah mengetengahkan pemikirannya yang matang dengan gayanya yang tetap santai dan berjiwa muda layaknya remaja. Branding itulah yang menarik minat peneliti untuk mengetahui lebih dalam bagaimana personal branding Gita Savitri dibentuk melalui akun media sosialnya.¹²

3. Vlog Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?” Beropini Ep.6

Vlog yang berjudul “Setelah S1, What’s Next?” masuk ke dalam segmen “Beropini”. Dalam segmen ini, Gita bercerita mengenai hasil *bachelor tesis*-nya atau skripsi yang diselesaikan tepat pada tanggal 29 Maret 2017 dan disitu Gita Savitri juga menjelaskan mengenai bagaimana perjuangannya menyelesaikan skripsi di Fritz-Haber Institute Jerman, menceritakan bagaimana cara mengapresiasi diri sendiri, menceritakan perbandingan sekolah di luar negeri dengan dalam negeri, bagaimana menghadapi tekanan batin dan lain-lain.

Pada segmen “Beropini” berjudul “Setelah S1, What’s Next?” di episode 6, Gita seorang diri menceritakan bagaimana pengalamannya ketika mengambil *bachelor thesis* nya, dan apa yang akan ia lakukan setelah lulus S1.

¹² Nural. What’s On. 2017

Vlog ini sudah di lihat sebanyak 312,543 ribu penonton, mendapatkan 11 ribu likes, dan 944 komentar.

F. Sistematika Pembahasan

Berikut sistematika pembahasan penelitian yang berjudul *Konstruksi Nilai Motivasi Dalam Vlog Youtube Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?” Beropini Ep.6 (Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk)*

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama dari penelitian ini yang mengantarkan pembaca untuk dapat menjawab pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian ini dilakukan. Maka dari itu di dalam bab pendahuluan terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIK

Pada bab ini terdiri dari tiga sub bab yaitu kajian pustaka, kerangka teoretik dan kajian hasil penelitian terdahulu. Kajian pustaka berisi pembahasan tentang karya tulis para ahli yang memberikan teori atau opini yang berkaitan dengan fokus penelitian. Kajian teori yang menjelaskan teori pendamping pola pikir penelitian. Kajian hasil penelitian terdahulu berisi referensi penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

BAB III : METODE PENELITIAN

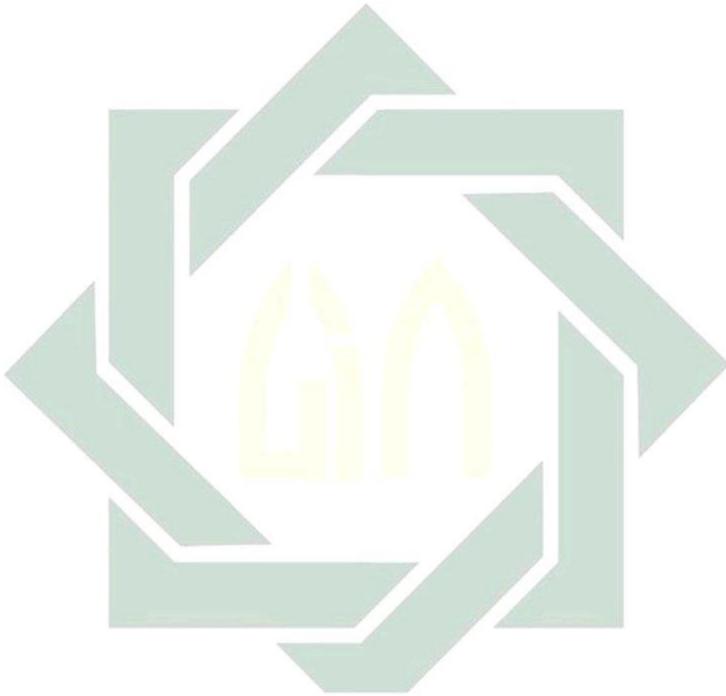
Pada bab ini berisi tentang metode-metode yang akan dipakai oleh peneliti. Adapun bagian-bagiannya berisi : Pendekatan dan Jenis Penelitian, Unit Analisis, Jenis dan Sumber Data, Tahapan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan teknik Analisis Data

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini terdiri dari tiga sub bab, yang pertama mengupas tentang gambaran umum subyek penelitian, yang kedua mengenai sajian data, temuan penelitian dan yang ketiga berisi tentang hasil temuan dan konfirmasi temuan dengan teori.

BAB V : PENUTUP

Penutup berupa kesimpulan data dan saran penelitian. Menyajikan inti dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan mengungkapkan saran-saran tentang beberapa rekomendasi untuk dilakukan apa penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Kajian Pustaka

1. Konstruksi Nilai Motivasi

a. Konstruksi

Konstruksi dalam Kamus Ilmiah populer memiliki arti konsepsi, bentuk susunan atau bangunan, rancang, menyusun, membangun, melukis dan memasang. Arti konstruksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, ialah sebagai susunan (model, tata letak) suatu bangunan atau susunan dan hubungan kata dalam kelompok kata.¹³ Sedangkan menurut kamus komunikasi, definisi konstruksi adalah suatu konsep, yakni abstraksi sebagai generalisasi dari hal-hal yang khusus, yang dapat diamati dan diukur.¹⁴

b. Nilai

Nilai adalah sesuatu yang berharga yang ada dalam diri manusia, bisa dikatakan juga sesuatu yang indah, yang dapat memperkaya batin, dan dapat menyadarkan manusia mengenai hakekat dan martabatnya. Menurut Soerjono Soekarto¹⁵, nilai merupakan abstrak ada ada pada diri manusia, ini karena nilai bisa dianggap baik dan bisa pula dianggap sebagai jelek. Nilai baik akan selalu menjadi simbol kehidupan yang dapat mendorong integritas sosial, sedangkan nilai yang buruk akan memberikan dampak yang berarti seperti halnya dampak yang terjadi pada konflik.

Menurut wikipedia, nilai merupakan alat yang menunjukkan alasan bahwa “cara pelaksanaan atau keadaan akhir tertentu lebih disukai secara sosial dibandingkan cara pelaksanaan atau keadaan akhir yang berlawanan. Nilai

¹³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, hlm.590.

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju, 1989, hlm.264.

¹⁵ Soerjono Soekarto. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press. 2009.

memuat elemen pertimbangan yang membawa ide-ide seorang individu mengenai hal-hal yang benar, baik, atau hal yang diinginkan”¹⁶

Contoh dari pengertian nilai adalah uang dan emas dianggap manusia bernilai karena keduanya merupakan sesuatu yang bermanfaat, selain bermanfaat juga berharga. Sedangkan limbah dianggap tidak bernilai karena merupakan sesuatu yang merugikan, jelek, buruk, tidak bermanfaat serta tidak berharga.

Bisa disimpulkan bahwa nilai berfungsi mendorong, mengarahkan sikap dan perilaku manusia. Nilai merupakan kumpulan sikap-sikap dan perasaan-perasaan yang diinginkan maupun yang tidak diinginkan. Baik atau buruk penilaian dikehendaki melalui perilaku manusia, intinya perilaku dapat mempengaruhi perilaku sosial seseorang yang memiliki nilai itu.

c. Motivasi

Motivasi dapat didefinisikan dengan segala sesuatu yang menjadi pendorong tingkah laku yang menuntut atau mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan. Pada titik ini, motivasi menjadi daya penggerak perilaku (*the energizer*) sekaligus menjadi penentu perilaku. Motivasi juga dapat dikatakan sebagai suatu konstruk teoretis mengenai terjadinya perilaku meliputi pengaturan (regulasi), pengarahan (directive), dan tujuan (insentif global) dari perilaku.

Menurut M.Utsman Najati dalam buku Pengantar Psikologi dan Pandangan Al-Qur'an.¹⁷ Motivasi adalah kekuatan penggerak yang membangkitkan aktivitas pada makhluk hidup dan menimbulkan tingkah laku serta mengarahkannya menuju tujuan tertentu. Motivasi memiliki

¹⁶ Diakses dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/Nilai_sosial. Diakses pada tanggal 19 November 2019.

¹⁷ Nurussakinah Daulay, *Pengantar Psikologi dan Pandangan Al-Qur'an tentang Psikologi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, hlm.155.

tiga komponen pokok, yaitu menggerakkan, mengarahkan dan menopang.

Dapat disimpulkan motivasi juga bisa dimaknai charger, jika kita memiliki barang elektronik seperti laptop, handphone, secanggih apapun jika lowbat percuma tidak akan bisa dipakai. Sama seperti hidup kita, manusia dilahirkan memiliki potensi dan bakat yang luar biasa, tetapi jika tidak memiliki motivasi yang tepat maka hidup kita akan biasa-biasa saja. Sebagai contoh ketika kita sedang menghadapi rintangan, tantangan kita akan merasa jenuh dan capek, bisa jadi kita akan berhenti berusaha. Tetapi ketika kita memiliki motivasi yang tepat hidup kita tidak akan biasa-biasa saja, karena adanya dorongan untuk melakukan sesuatu ke arah yang tepat atau ke arah yang lebih baik. Maka dari itu sangat penting memiliki motivasi yang tepat.

Dapat diambil kesimpulan bahwa konstruksi nilai motivasi adalah sebuah aktifitas yang bertujuan untuk membangun suatu dorongan kepada orang lain yang mengandung pemikiran perubahan yang kuat untuk mencapai suatu tujuan.

Pendapat lain Fauzi¹⁸ mengatakan bahwa motivasi mempunyai fungsi sebagai perantara pada organisme atau manusia untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Suatu perbuatan dimulai dengan adanya ketidakseimbangan dalam diri individu, misal lapar atau takut. Keadaan ketidakseimbangan ini tidak menyenangkan bagi individu yang bersangkutan, sehingga timbul kebutuhan untuk menghapus ketidakseimbangan itu, misalnya mencari makanan atau mencari perlindungan. Kebutuhan inilah yang akan menimbulkan dorongan atau motif untuk berbuat sesuatu. Setelah melakukan perbuatan itu maka tercapailah keadan seimbang dalam diri individu dan timbul perasaan

¹⁸ Ibid, hlm.156.

puas, gembira, aman dan sebagainya. Kecenderungan untuk mengusahakan dari ketidakseimbangan terdapat dalam diri tiap organisme dan manusia, dan ini disebut prinsip homeostatis.

1) Fungsi Motivasi

Motivasi mendorong untuk berbuat erat dengan suatu tujuan atau cita-cita. Semakin berharga tujuan itu bagi seseorang, maka semakin besar pula motivasinya. Ada tiga hal fungsi motivasi menurut Nawawi¹⁹:

- a) Mendorong manusia untuk berbuat, jadi sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi.
- b) Menentukan arah perbuatan, yaitu kearah tujuan yang hendak dicapai.
- c) Menyeleksi perbuatan, yaitu menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan.

2) Faktor-faktor Motivasi

a) Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang. Motivasi internal timbul karena adanya keinginan individu untuk memiliki prestasi dan tanggungjawab di dalam hidupnya.²⁰

b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor motivasi yang berasal dari luar diri seseorang. Motivasi eksternal timbul karena adanya peran dari luar, misalnya organisasi, yang turut menentukan perilaku seseorang dalam kehidupannya.²¹

¹⁹ Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005, hlm.359.

²⁰ Kadarisman, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012, hlm.296.

²¹ Ibid, hlm.296.

d. Konstruksi Pesan Motivasi

Dapat diambil kesimpulan bahwa konstruksi nilai motivasi adalah sebuah aktifitas yang bertujuan untuk membangun suatu dorongan kepada orang lain yang mengandung pemikiran perubahan yang kuat untuk mencapai suatu tujuan.

2. New Media

Di era globalisasi seperti saat ini, tidak mudah bagi suatu Negara atau komunitas untuk dapat menolak penggunaan teknologi, tidak ada waktu untuk tertinggal karena saat ini dunia hidup berdampingan dengan teknologi. Perubahan informasi ini tidak lagi dalam jangka minggu ataupun hari bahkan jam sudah mulai terkalahkan dengan waktu tiap detik. Teknologi yang canggih akan dapat mendukung proses pemerintahan, pendidikan dan bidang-bidang lainnya.

Istilah ‘media baru’ (*new media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, McQuail²² menjelaskan bahwa “Media Baru atau New Media adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”. Menurut Denis McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

²² Denis McQuail. E-Book *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar: diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram*, diakses pada goodreads.com, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987, hlm.16.

Salah satu contoh klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet dan *smartphone*. Saat ini, hampir semua remaja mulai dari usia sekitar 12-17 tahun pasti memiliki *smartphone*. Hal ini juga berlaku bagi orang dewasa yang sebagian besar menggunakan *smartphone* untuk kegiatannya sehari-hari. Dengan bertambahnya jumlah pengguna internet dan *smartphone* maka akan berpengaruh pada pola hidup generasi saat ini.²³

Internet dan *smartphone* merupakan bentuk nyata dari hasil revolusi komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Masyarakat dapat mengakses informasi dan dapat berkomunikasi dengan sesamanya melalui media yang terkoneksi dengan jaringan internet. Melalui teknologi komunikasi seperti *smartphone* yang terkoneksi oleh jaringan internet, masyarakat dengan mudah dapat mencari informasi yang dibutuhkan dengan cepat dan berkomunikasi tanpa hambatan. Teknologi komunikasi inilah yang hampir setiap masyarakat kekinian menggunakannya dan populer dengan istilah *new media* (media sosial).²⁴

Pola hidup generasi saat ini adalah ketika semua kebutuhan dan kegiatannya dilakukan secara cepat dan mudah atau bisa disebut dengan serba internet. Bahkan, untuk beberapa orang *smartphone* dan internet menjadi kebutuhan primer yang harus terpenuhi. Meski terdapat sisi negatif, namun penggunaan teknologi ini memiliki kelebihan yaitu mendorong generasi saat ini untuk menjadi generasi yang produktif.

²³ Amelia Murti Kuncoro, dkk., "*Vlogger Sebagai Saluran Menuju Generasi Milenial Produktif Indonesia*", Artikel Ilmiah Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, hlm.197.

²⁴ Yesi Puspita, "*The Usage of New Media to Simply Communication and Transaction of Gay prostitute*", Jurnal Nasional, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Tanggal 9 November 2015, hlm.204.

Teori difusi dan inovasi, Everett M. Rogers, seperti yang dikutip oleh Nurudin, dikatakan bahwa “Komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang. Dengan demikian inovasi (penemuan), lalu disebar (difusi) melalui media massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya.”²⁵ Penjelasan ini dapat dilihat bagaimana media memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk membentuk opini publik. Masyarakat akan diarahkan pada sebuah isu atau pemberitaan yang dibawa oleh media massa.

Teknologi komputer dan internet adalah hal yang mendasari munculnya istilah *new media*. Secara sederhana *new media* berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.²⁶ *New media* adalah sebuah bentuk konvergensi atau penggabungan media konvensional dengan media digital. Keunggulan *new media* adalah sifatnya yang *realtime*, dimana masyarakat dapat mengakses informasi dan layanan yang cepat, kapan dan dimana saja selama mereka terkoneksi dengan perangkat terkomputerisasi dan jaringan internet. Salah satu media sosial yang paling banyak diakses adalah YouTube, youtube merupakan jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media.²⁷

a. Youtube

Youtube merupakan situs yang berfungsi untuk menonton kumpulan video yang diunggah dari seluruh

²⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007, hlm.188.

²⁶ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2007, hlm.70.

²⁷ Yesi Puspita, “*The Usage of New Media to Simply Communication and Transaction of Gay prostitute*”, Jurnal Nasional, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Tanggal 9 November 2015, hlm.206.

dunia dan dapat ditonton di mana saja asalkan kita terhubung dengan internet. Konten yang ada pada youtube bisa diakses kapan aja dan di mana saja serta memungkinkan sesama pengguna berinteraksi. Ada berbagai macam video yang dapat di unggah ke situs youtube, misalnya video klip dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video tutorial berbagai macam aktivitas, bahkan aktivitas probadi yang kerap di jadikan para youtuber²⁸, dan lain sebagainya yang masih banyak dapat kita jumpai pada situs youtube.

Jika seseorang memiliki akun youtube sendiri, seseorang itu akan mendapatkan penghasilan tambahan dari video yang diupload-nya. Berikut adalah beberapa manfaat selain hiburan yang dapat kita rasakan ketika kita memiliki akun youtube; 1) Mencari penghasilan melalui google adsense, 2) Menonton tayangan berita yang terlewat, 3) Mempromosikan perusahaan bahkan profil individu. Para youtuber menjamur di Indonesia saat ini, seseorang beramai-ramai membuat akun youtubenya dikarenakan penghasilan yang akan ia dapatkan dari google adsense nanti lumayan menggiurkan. Google adsense akan membayar pemilik akun setiap kali ada orang yang melihat atau mengklik iklan sebelum video ditayangkan (terkadang di tengah-tengah video). Selain itu, ada juga syarat tertentu agar video pemilik akun bisa dimonetisasi, yakni sebuah akun youtube harus memiliki sebuah video yang sudah tayang minimal 10.000 *views* (penonton). Angka yang tidak besar jika video para youtuber ini cukup kreatif dan menghibur.

b. Video Blog (Vlog)

Melalui teknologi seperti internet dan *smartphone*, seseorang akan terdorong melakukan banyak inovasi dibidang masing-masing. Dengan adanya media online

²⁸ Youtuber merupakan sebutan untuk seseorang atau sekelompok orang yang memproduksi vlog lalu di-*upload* youtube.

youtube seseorang bisa bebas berkreasi dan berinovasi, salah satu inovasinya yaitu *vlogger*. Vlog berasal dari dua kata, yakni video dan blog. Pengertian video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang mewakili gambar bergerak. Sedangkan blog adalah sebuah catatan harian atau jurnal pribadi di internet yang dapat diakses oleh siapa saja.²⁹ Blog adalah versi singkat dari “webblog” biasanya disebut dengan “*diary online*” dalam blog pengguna dapat mencatat cerita, pengalaman, nasihat, atau apapun.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, vlog adalah sebuah blog yang isinya berupa video.³⁰ Jadi, dapat disimpulkan bahwa vlog adalah sebuah video yang berisi mengenai catatan harian atau jurnal pribadi seseorang yang berisi cerita, pengalaman, nasihat, atau apapun yang bisa di akses siapa saja di Internet. Pembuat vlog disebut vlogger, sedangkan aktifitas pembuatan vlog disebut vlogging.

Vlog adalah salah satu bentuk konten yang paling dominan ada di *platform* youtube. Pada *platform* youtube, vlogger di sebut sebagai youtuber. Vlogger dan youtuber sama-sama membuat video dan mempublikasikannya ke internet, hanya saja ada perbedaan dalam *platform* yang digunakan. Jika vlogger, ia menggunakan *platform* web khusus video, seperti facebook, Vimeo, dTube, twitter, webblog, Flickr dsb. namun jika youtuber hanya menggunakan *platform* youtube. Tetapi setelah vlogging³¹ menjadi lebih populer, sebagian besar youtuber sekarang juga di sebut sebagai vloggers.

Video yang di kategorikan di dalam vlog biasanya berbentuk monolog yang direkan menggunakan webcam

²⁹ Arti kata Blog, Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/blog>, diakses 11 Oktober 2018.

³⁰ Arti kata Vlog, Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/vlog> diakses pada tanggal 15 Februari 2019.

³¹ Vlogging merupakan orang yang sedang melakukan aktivitas vlog.

dan teknik penyuntingan yang relatif sederhana (1-2 arah *shoot*). Para *vlogger* biasanya membicarakan berbagai opini pribadinya terkait sesuatu hal yang sedang terjadi pada kesehariannya, politik, sosial-budaya, dan lain-lain. Video blog ini menjadi salah satu saluran generasi saat ini dalam mengembangkan potensi yang mereka miliki. Subyek dari vlog adalah kreator itu sendiri dan obyeknya tergantung konten video.

Aktivitas vlog pertama kali dilakukan oleh Adam Kontras, seorang aktor dan direktor. Pada tahun 2000, ia mengunggah sebuah video di halaman blog-nya. kemudian sejak saat itu banyak yang meniru dan pada tahun 2005, popularitas vlog semakin meningkat setelah situs Youtube muncul. Perkembangan vlog sampai ke Indonesia dimulai pada tahun 2014. Sebelum tahun 2012-2013 aktivitas blogging di Indonesia lebih populer dalam situs blogspot. Video-blogging atau vlogging kurang populer dikarenakan alat untuk vlogging seperti kamera masih dianggap mahal pada waktu itu.³²

Jika ditanya apa tujuan seseorang membuat vlog? Maka jawabannya sama dengan seseorang membuat tulisan dalam sebuah blog, yakni menceritakan pendapat dan catatan pribadi kepada khalayak, sekedar *sharing*, berbagi informasi, atau bisa juga untuk menambah penghasilan. Konten dalam vlog sesuai dengan kepribadian dan passion vlogger atau tema tertentu yang diinginkan untuk diketahui dan disebarakan kepada banyak orang.

Seperti halnya blog yang bisa dipublikasikan di beberapa situs seperti *wordpress* dan *blogspot*, sebenarnya vlog juga bisa diunggah di kedua situs tersebut. Karena kedua *platform* tersebut juga mempunyai layanan untuk mengunggah video. Namun, belakangan ini pengguna

³² Nurus Safitri Farikha Cita, “*Dakwah Melalui Vlog*”, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Tahun 2019, hlm.32.

YouTube meningkat, sehingga banyak orang yang mengunggah vlog mereka melalui platform YouTube.

Konten video yang akan dibuat juga tergantung pada masing-masing karakter kreator vlog. Diketahui terdapat 2 jenis kepribadian manusia yaitu extrovert dan introvert. Extrovert merupakan tipe kepribadian yang terbuka dan senang untuk tampil di depan banyak orang, orang dengan kepribadian ini memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi. Namun sebaliknya dengan introvert, kepribadian ini cenderung tertutup namun orang dengan kepribadian introvert ini memiliki kemampuan yang lebih dalam mengenai mendengarkan orang lain. Biasanya seseorang yang introvert tidak terlalu senang tampil di depan umum dan memilih mencari tempat dan keadaan yang nyaman untuk dirinya. Disinilah timbul permasalahan, seseorang dengan kepribadian extrovert akan mudah melakukan kegiatan yang berhubungan dengan orang banyak dan cenderung terlihat produktif. Kemudian untuk seseorang yang introvert, mereka yang tidak mudah tampil di depan umum bisa mengekspresikan diri melalui dunia maya atau internet.

Melalui internet, seseorang introvert tidak perlu berhadapan langsung dengan orang banyak dan tetap mampu mengembangkan potensi yang dimiliki. Terdapat bermacam-macam konten video yang bisa dipilih sesuai dengan potensi yang dimiliki. Dan vlogger tentu saja juga tidak hanya untuk seseorang dengan kepribadian introvert tetapi juga extrovert. Vlogger menjadi media bagi generasi saat ini untuk dapat selalu produktif. Misalkan seseorang yang menyukai memasak akan terdorong untuk menciptakan karya vlog yang berisikan konten mengenai cara memasak, dan lain-lain. Tidak hanya seni, *vlogger* juga bisa memilih konten pendidikan serta inovasi. Konten pendidikan bisa diisi dengan video mengenai tips dan trik mengerjakan soal, dan lain-lain. Vlog menjadi media yang

tidak memiliki batas mengenai tema dan konten selama masih di dalam batas norma-norma yang berlaku. Dan tentu saja, vlog menjadi saluran mampu memberikan informasi dan inspirasi kepada penonton. Semakin banyak respon positif mengenai vlog seseorang, maka akan semakin berpengaruh pada orang banyak serta diri sendiri. Selain itu, *vlogger* yang memiliki *viewers* yang banyak akan mendapat penghasilan yang cukup.

Diketahui dari beberapa ulasan diatas, pekerjaan seorang vlogger merupakan pekerjaan yang sebagian besar dilakukan oleh anak muda atau yang disebut generasi milineal. Meskipun pekerjaan tersebut terbilang mudah dan instan, namun vlogger memiliki potensi dan pengaruh yang besar terhadap karakter-karakter masyarakat terutama generasi muda. Pengaruh tersebut didasarkan oleh dorongan nilai motivasi yang timbul pada diri seseorang secara tidak langsung.

1) Jenis Konten Vlog Youtube

Ada beberapa jenis konten vlog pada *platform* youtube yang populer di Indonesia yang dapat penulis simpulkan, yaitu:

a) *Daily*

Jenis vlog ini termasuk yang paling banyak ada atau yang paling populer di youtube. Vlog ini menceritakan tentang kegiatan keseharian sang *youtuber* dalam beberapa jam bahkan selama sehari lalu diringkas menjadi beberapa menit dalam video youtubenya. Salah satu *youtuber* yang sering membuat vlog ini adalah Jang Hansol. Dengan *channel youtube*-nya yang bernama Korea Reomit, *youtuber* asal korea yang besar di Indonesia ini memiliki *subscriber* 2.15 Juta dari tahun 2013.

b) *Travel*

Kreator akan membagi informasi mengenai tempat-tempat yang dikunjungi. Informasi tersebut mulai dari tempat wisata, biaya, fasilitas, serta kepuasan

mengunjungi tempat tersebut. Melalui travel vlog ini, penonton akan merasa seperti ikut menjelajahi tempat tersebut. Salah satu kreator yang membuat *travel vlog* ini adalah Gita Savitri Devi (Gita Savitri). Untuk satu video, Gita Savitri mampu mendapatkan 751 ribu *subscriber*.

c) *Beauty*

Beauty vlogger, tidak dikatakan sebagai *beauty youtuber* dikarenakan masyarakat hingga saat ini mengenal *beauty vlogger* biasanya tidak lepas sebagai seseorang yang berpenampilan menarik, baik di *platform* wordpress, blogspot, maupun youtube. Biasanya, mereka akan menunjukkan tutorial dalam berdandan dan produk-produk *make up* yang direkomendasikan. Selain itu, terkadang ada beberapa tantangan *make up* untuk mereka yang disarankan oleh penonton maupun mereka sendiri. Salah satu *beauty youtuber* yang terkenal di Indonesia adalah Tasya Farasya. *Beauty vlogger* ini banyak disukai penonton khususnya wanita karena penonton akan mendapat ilmu mengenai kemampuan tata rias wajah yang tinggi dan mendapat informasi mengenai rekomendasi peralatan *make up* yang berkualitas sehingga menghasilkan hasil riasan yang bagus. Tasya Farasya bergabung di youtube selama 2 tahun terakhir dan videonya telah ditonton hingga 1.4 Juta kali.

d) *Food*

Vlog jenis ini memiliki konten yang hampir mirip dengan *travel vlog* karena kreator akan travelling untuk mencari makanan yang unik, lezat dan menarik. Perbedaan konten *food* dengan *travel* adalah kreator *food vlog* hanya membahas makanan dan tempat makan yang dikunjungi. Tetapi kreator *food* tidak hanya selalu berkunjung ke tempat makan. Terdapat pula kreator yang membuat *video vlognya* di rumah. Jadi

kreator akan membuat atau membeli makanan tersebut dan memakannya di rumah. Beberapa *vlog* juga mempertontonkan dirinya saat makan dalam jumlah yang sangat banyak, ini juga biasa disebut mukbang. *Vlogger* yang sering membuat *vlog* ini adalah MGDALENAV yang videonya ditonton hingga 3.1 Juta kali

e) *Gaming*

Untuk para *gamers*, mereka akan mendapatkan rekomendasi *games* yang menarik melalui *vlog* ini. Para *vlogger* akan menunjukkan aksinya ketika memainkan *game* yang dipilih dan menjelaskan beberapa hal tentang *game* tersebut. *Game vlogger* yang terkenal di Indonesia adalah rezaoktavian. *Youtuber* ini akan merekam kegiatannya saat bermain *game* dan videonya ditonton hingga 4.9 juta kali.

f) *Review dan Unboxing*

Konten selanjutnya adalah *review* dan *unboxing*. Di konten ini, para *vlogger* akan membeli barang lalu ketika barang tersebut telah sampai mereka akan mempertontonkan ketika mereka membuka kemasan dan menunjukkan barang tersebut kepada penonton serta menjelaskan tentang kekurangan dan kelebihan barang tersebut. Salah satu *vlogger* yang sering melakukan *unboxing* dan *review* adalah Sunny dalam *channelnya* yang bernama SunnydahyeIn. Dari youtube-nya yang ia buat tahun 2015 sudah mendapatkan 1.38 juta *subscriber*.

g) Beropini

Konten beropini hampir mirip dengan konten *review*, namun pada konten beropini *youtuber* menceritakan mengenai isu-isu terbaru seperti politik, agama, media sosial, isu sosial, motivasi dsb. entah di Indonesia maupun di dunia. Biasanya pada konten ini cukup menggunakan satu kamera, mereka akan menggunakan 1

tema isu apapun itu, kemudian menceritakannya di depan kamera. Penonton biasanya ikut berpendapat di kolom komentar, ada yang setuju bahkan ada yang tidak, tak jarang juga dengan adanya konten beropini perdebatan ramai di kolom komentar para youtuber. Selain debat ada juga yang ikut termotivasi dengan opini yang disampaikan dengan youtuber.

3. Analisis Wacana

a. Wacana

Kata wacana banyak digunakan oleh berbagai ilmu pengetahuan salah satunya Ilmu Komunikasi. Secara spesifik pengertian, definisi dan batasan istilah wacana sangat beragam. Hal tersebut disebabkan oleh perbedaan lingkup dan disiplin ilmu yang memakai istilah wacana tersebut.³³

Wacana adalah; 1) rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lainnya, yang membentuk satu kesatuan sehingga terbentuklah makna yang serasi diantara kalimat-kalimat itu; 2) kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar diatas kalimat atau klausa dengan koherensi atau kohesi yang tinggi yang berkesinambungan, yang mampu mempunyai awal dan akhir yang nyata, ditampilkan secara lisan atau tertulis.³⁴

Wacana berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu *wacana*, yang berarti *bacaan*. Selanjutnya, kata wacana itu (*wacana*) masuk ke dalam bahasa Jawa Kuna dan bahasa Jawa Baru, yang berarti ‘bicara, kata, dan ucapan’. Kemudian, kata *wacana* dalam bahasa Jawa Baru itu diserap ke dalam

³³ Eriyanto dalam buku Aris Badara, *Analisis Wacana; Teori Metode dan Penerapannya dalam Wacana*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012, hlm.16.

³⁴ Badudu dalam Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKIS, 2012, hlm.2.

bahasa Indonesia menjadi *wacana*, yang berarti “ucapan, percakapan, kuliah”. Selanjutnya, kata *wacana* dalam bahasa Indonesia dipakai sebagai terjemahan kata *discourse* dalam bahasa Inggris. Kata *discourse* secara etimologis berasal dari bahasa latin, yaitu *discursus* ‘lari kian kemari’. Kata *discourse* itu diturunkan dari kata *discurrere*. Bentuk *discurrere* itu merupakan gabungan dari *dis* dan *currere* ‘lari, berjalan kencang’. Lebih lanjut dinyatakan oleh Baryadi³⁵ bahwa istilah *wacana* dan *discourse* dipakai dalam istilah linguistik.

Selanjutnya, Hoed membedakan pengertian wacana dan teks berdasarkan pandangan De Saussure yang membedakan *langue* dan *parole*. Menurutnya, wacana merupakan teoritis abstrak yang maknanya dikaji dalam kaitannya dengan konteks dan situasi komunikasi. Yang dimaksud dengan konteks ialah unsur bahasa yang dirujuk oleh suatu ujaran. Dengan demikian, wacana ada dalam tataran *langue* sedangkan teks merupakan realisasi sebuah wacana dan ada pada tataran *parole*.

Berdasarkan hal diatas, maka yang dimaksud dengan teks dalam buku Aris Bandana ialah wacana (lisan) yang difiksasikan oleh redaksi melalui suatu proses jurnalistik kedalam bentuk tulisan yang isi, bahasa, dan strukturnya memenuhi kriteria bahasa media surat kabar. Adapun wacana ialah tulisan yang memiliki ciri struktur berita yang berisi tentang suatu peristiwa yang dipublikasikan melalui surat kabar.³⁶

Wacana menurut Roger Fowler³⁷ adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang

³⁵ P. Baryadi, *Dasar-dasar Analisis Wacana dalam Ilmi Bahas*, Yogyakarta: Pustaka Gondhosuli, 2002, hlm.2.

³⁶ Benny H. Hoed dalam buku Aris Badara, *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012, hlm.17.

³⁷ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKIS, 2001, hlm.2.

kepercayaan, nilai, dan kategori. Yang termasuk di dalam kepercayaan di sini ialah pandangan dunia, sebuah organisasi atau representasi dari pengalaman.

b. Analisis Wacana

Analisis Wacana merupakan suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Stubs mengatakan, analisis wacana merupakan suatu kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Penggunaan bahasa secara alamiah tersebut berarti penggunaan bahasa seperti dalam komunikasi sehari-hari. Selanjutnya, Stubs menjelaskan bahwa analisis wacana menekankan kajian penggunaan dalam konteks sosial, khususnya dalam interaksi antar penutur. Senada dengan pendapat Stubs, Cook menyatakan bahwa analisis wacana merupakan kajian yang membahas tentang wacana, sedangkan wacana merupakan bahasa yang digunakan berkomunikasi.³⁸

Analisis wacana memfokuskan pada struktur yang secara alamiah terdapat pada bahasa lisan, sebagaimana banyak terdapat dalam wacana seperti percakapan, wawancara, komentar, dan ucapan-ucapan. Analisis wacana sangat diperlukan, guna pengembangan opini dari aktivitas komunikasi agar selalu berjalan pada garis yang diidealkan. Ciri khas dan konsentrasi dalam penyampaian nilai motivasi adalah kesadaran, pemberdayaan, dan transformasi sosial. Tiga hal tersebut menjadi *moral concern* analisis wacana. Oleh karena itu, analisis wacana yang merupakan bagian studi kritis yang melihat produksi dan distribusi budaya,

³⁸ Aris Badara, *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012, hlm.16.

termasuk artefak budaya semacam teks. hal itu juga relevan untuk studi teks-teks opini yang akan disampaikan.³⁹

Sebetulnya, banyak model analisis wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh para ahli. Eriyanto dalam buku Analisis Wacana-nya, misalnya, menyajikann model-model analisis wacana yang dikembangkan oleh Roger Fowler dkk, Theon Van Leeuwen, Sara Mills, Norman Fairclough, dann Teun A. Van Dijk. Dari sekian banyak model analisis wacana itu, model Van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai.⁴⁰

c. Model Wacana Model Teun A. Van Dijk

Peneliti menggunakan Analisis Wacana Teun A. Van Dijk. Model analisis wacana yang digunakan oleh Van Dijk mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya suatu hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Disini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga akan dapat diperoleh suatu pengetahuan kenapa teks bisa semacam itu.⁴¹

Model yang dipakai Van Dijk ini kerap disebut sebagai “kognisi sosial”. Istilah ini sebenarnya diadopsi dari pendekatan lapangan psikologii sosial, terutama unntuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks.⁴²

Wacana digambarkan mempunyai tiga dimensi yaitu domensi teks, kognisi social, konteks social. Inti analisis TeunA. Van Dijk adalah menggabungkann ketiga dimensi

³⁹ Nurus Safitri Farikha Cita, “*Dakwah Melalui Vlog*”, Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dna Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Tahun 2019, hlm.41.

⁴⁰ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, hlm. 73.

⁴¹ Ibid, hlm.221.

⁴² Ibid. hlm.73.

tersebut dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu penulis. Sementara itu aspek konteks sosial mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat mengenai suatu masalah.⁴³

1) Dimensi Teks

Dapat peneliti jelaskan sebagai berikut: Teun A. Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas tiga struktur/tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Pertama, struktur makro, merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita. Kedua, superstruktur, merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun secara utuh. Ketiga, struktur mikro, merupakan makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, parafrase, dan gambar.⁴⁴

Elemen Wacana Teun A. Van Dijk

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	ELEMEN
1. Struktur Makro	TEMATIK Tema/topik yang dikedepankan dalam suatu berita	Topik
2. Superstruktur	SKEMATIK Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh.	Skema

⁴³ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKIS, 2001, hlm.22.

⁴⁴ Ibid, hlm.226.

3. Struktur Mikro	SEMANTIK Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain.	Latar, Detil, Maksud, Pra-anggapan, Nominalisasi
	SINTAKSIS Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih.	Bentuk, Kalimat, Koherensi, Kata Ganti
	STILISTIK Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita.	Leksikon
	RETORIS Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan.	Grafis, Metafora, Eksorsi.

Tabel 2.1

Sumber : Diadopsi dari Eriyanto (2001) dalam Alex Sobur (2009)⁴⁵

a. Struktur Makro (TEMATIK)

Struktur makro merupakan makna global sebuah teks yang dapat dipahami melalui topiknya. Topik direpresentasikan ke dalam suatu atau beberapa kalimat

⁴⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, hlm.74.

yang merupakan gagasan utama/ide pokok wacana. Topik juga dikatakan sebagai “*semantic macrostructure*”.⁴⁶ Makrostruktur ini dikatakan sebagai semantik karena ketika kita berbicara tentang topik atau tema dalam sebuah teks, kita akan berhadapan dengan makna dan referensi.

Kata tema kerap disandingkan dengan apa yang disebut topik. Topik secara teoritis dapat digambarkan sebagai dalil (preposisi), sebagai bagian dari informasi penting dari suatu wacana dan memainkan peranan penting sebagai pembentuk kesadaran sosial. Topik menunjukkan informasi paling penting atau inti pesan yang ingin disampaikan komunikator. Dalam suatu peristiwa tertentu, pembuat teks dapat memanipulasi penafsiran pembaca/khalayak tentang suatu peristiwa.⁴⁷

b. Superstruktur (SKEMATIK)

Superstruktur merupakan struktur yang digunakan untuk mendeskripsikan *sehemata*, di mana keseluruhan topik atau isi global berita diselipkan. Intinya struktur skematis atau superstruktur ini menggambarkan bentuk umum dari suatu teks. Superstruktur ini mengorganisasikan topik dengan cara menyusun kalimat atau unit-unit beritanya berdasarkan urutan atau hirarki yang diinginkan. Teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan, isi kesimpulan, pemecahan masalah, penutup, dan sebagainya hingga akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti.

Meskipun mempunyai bentuk dan skema yang beragam, berita umumnya mempunyai dua kategori

⁴⁶ Ibid, hlm.69.

⁴⁷ Ibid. hlm.75.

skema besar. Pertama, *summary* yang biasanya ditandai dengan dua elemen yakni judul dan lead. Elemen skema ini merupakan elemen yang dipandang paling penting. Judul umumnya menunjukkan tema yang ingin ditampilkan oleh wartawan dalam pemberitaannya. Lead umumnya sebagai pengantar ringkasan apa yang ingin dikatakan sebelum masuk dalam isi berita secara lengkap. Kedua, *story* yakni isi berita secara keseluruhan. Isi berita ini juga mempunyai dua subkategori. Yang pertama berupa situasi yakni proses atau jalannya peristiwa, sedang yang kedua komentar yang ditampilkan dalam teks.

Skematik mungkin merupakan strategi dari komunikator untuk mendukung makna umum dengan memberikan sejumlah alasan pendukung. Apakah informasi penting disampaikan di awal, atau pada kesimpulan bergantung kepada makna yang didistribusikan dalam wacana. Dengan kata lain struktur skematik memberikan tekanan; bagian mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa dikemudiankan sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya penyembunyian itu dilakukan dengan menempatkan bagian penting di bagian akhir agar terkesan kurang menonjol.⁴⁸

c. Struktur Mikro

(1) Elemen Semantik (SEMANTIK)

Sematik adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual baik makna leksikal maupun makna gramatikal. Skematik dalam skema van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal, yakni makna yang muncul dari hubungan antarkalimat, hubungan antar proposisi, yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks seperti makna

⁴⁸ Ibid. Hlm.76

yang eksplisit dan implisit, makna yang sengaja disembunyikan dan bagaimana orang menulis atau berbicara mengenai hal itu.

Semua strategi semantik selalu dimaksudkan untuk menggambarkan diri sendiri atau kelompok sendiri secara positif; sebaliknya, menggambarkan kelompok orang lain secara buruk, sehingga menghasilkan makna yang berlawanan. Kebaikan atau hal-hal yang positif mengenai diri sendiri digambarkan dengan jelas. Sebaliknya, ketika menggambarkan kebaikan orang lain disajikan dengan dengan pendek, implisit, dan samar-samar.⁴⁹

Elemen semantik ini sangat erat hubungannya dengan elemen leksikon dan sintaksis sebab penggunaan leksikon dan struktur sintaksis tertentu dalam berita dapat memunculkan makna tertentu. Berikut ini adalah unsur-unsur wacana yang tergolong ke dalam elemen semantik.

(a) Latar

Latar merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan. Latar dapat menjadi alasan pembenaran gagasan yang diajukan dalam suatu teks.⁵⁰ oleh karena itu, latar teks merupakan elemen yang berguna karena dapat membongkar apa maksud yang ingin disampaikan oleh wartawan. Latar peristiwa itu dipakai untuk menyediakan dasar hendak ke mana teks dibawah.

(b) Detil

Elemen wacana detil berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang⁵¹.

⁴⁹ Ibid. Hlm 78.

⁵⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana: pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKIS, hlm.235.

⁵¹ Ibid, hlm.238.

Detil yang lengkap dan panjang merupakan penonjolan yang dilakukan secara sengaja untuk menciptakan citra tertentu kepada khalayak. Detil yang lengkap itu akan dihilangkan kalau berhubungan dengan sesuatu yang menyangkut kelemahan atau kegagalan komunikator.

Dalam mempelajari detil, yang harus diteliti adalah dari keseluruhan dimensi peristiwa, bagian mana yang diuraikan secara panjang lebar, bagian mana yang diuraikan dengan detil yang sedikit.⁵²

(c) Maksud

Elemen wacana maksud hampir sama dengan detil, hanya saja elemen maksud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas. Sebaliknya, informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi.

(d) Pranggapan

Elemen wacana pranggapan merupakan pertanyaan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks. Pranggapan adalah upaya mendukung pendapat dengan memberikan premis yang dipercaya kebenarannya. Pranggapan hadir dengan pernyataan yang dipandang terpercaya sehingga tidak perlu dipertanyakan.

(2) Elemen Sintaksis (SINTAKSIS)

Elemen sintaksis merupakan salah satu elemen penting yang dimanfaatkan untuk mengimplikasikan ideologi. Dengan kata lain, melalui struktur sintaksis tertentu, pembaca dapat menangkap maksud yang ada dibalik kalimat-kalimat dalam berita. Melalui struktur sintaksis,

⁵² Ibid. hlm.239..

wartawan dapat menggambarkan aktor atau peristiwa tertentu secara negatif maupun positif.⁵³

(a) Koherensi

Koherensi adalah pertalian atau jalinan antar kata, atau kalimat dalam teks, Dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren.

(b) Koherensi Kondisional

Koherensi Kondisional diantaranya ditandai dengan pemakaian anak kalimat sebagai penjelas. Di sini ada dua kalimat, di mana kalimat kedua adalah penjelas atau keterangan dari proposisi pertama, yang dihubungkan dengan kata hubung konjungsi, seperti “yang” atau “dimana”. Kalimat kedua fungsinya hanya sebagai penjelas (anak kalimat), sehingga ada atau tidak anak kalimat itu, tidak akan mengurangi arti kalimat. Anak kalimat itu menjadi cermin kepentingan komunikator karena ia dapat memberi keterangan yang baik/buruk terhadap suatu pertanyaan.

(c) Koherensi Pembeda

Jika koherensi kondisional berhubungan dengan pertanyaan bagaimana dua peristiwa dihubungkan atau dijelaskan. Koherensi pembeda berhubungan dengan pertanyaan, bagaimana dua buah peristiwa atau fakta itu hendak dibedakan.

(d) Peningkaran

Elemen wacana peningkaran adalah bentuk praktik wacana yang menggambarkan bagai mana wartawan menyembunyikan apa yang anggin diekpresikan secara amplitis. Peningkaran ini

⁵³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, hlm.80.

menunjukkan seolah wartawan menyetujui sesuatu, padahal ia tidak setuju dengan memberikan argumentasi atau fakta yang menyangkal persetujuannya tersebut.

(e) Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Di mana ia menyatakan apakah A yang menjelaskan B, atau B yang menjelaskan A. Logika kausalitas ini jika diperjemahkan ke dalam bahasa menjadi susunan objek (diterangkan) dan predikat (menerangkan). Bentuk lain adalah dengan pemakaian urutan kata-kata yang mempunyai dua fungsi sekaligus.

Pertama, menekankan atau menghilangkan dengan penempatan dan pemakaian kata atau frase yang mencolok dengan menggunakan pemakaian semantik. Yang juga penting dalam sintaksis selain bentuk kalimat adalah posisi proposisi dalam kalimat. Bagaimana proposisi-proposisi diatur dalam satu rangkaian kalimat. Termasuk ke dalam bagian bentuk kalimat ini adalah apakah berita itu memakai bentuk deduktif atau induktif. Deduktif adalah bentuk penulisan kalimat dimana inti kalimat (umum) ditempatkan di bagian mukak, kemudian disusul dengan keterangan tambahan (khusus). Sebaliknya, bentuk induktif adalah bentuk penulisan di mana inti kalimat ditempatkan di akhir setelah keterangan tambahan.

(f) Kata Ganti

Elemen kata ganti merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imanjinatif. Kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan di mana posisi seseorang dalam wacana. Dalam

mengungkapkan sikapnya, seseorang dapat menggunakan “kami” atau “saya” yang menggambarkan bahwa sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator. Namun, ketika menggunakan kata ganti “kita”, sikap tersebut sebagai representasi dari sikap bersama dalam suatu komunitas tersebut. pemakaian kata ganti yang jamak seperti “kita” (atau “kami”)

(3) Makna Stilistik/ Leksikon (STILISTIK)

Elemen leksikon menyangkut pemilihan diksi. Pemilihan diksi telah diketahui dapat mengeskspresikan idiologi maupun persuasi, sebagaimana yang terjadi pada “*terrorist*” dan “*freedomfighter*”. Bagaimana aktor yang sama digambarkan dengan dua diksi yang berbeda berimplikasi pada pemahaman pembaca tentang aktor tersebut.

Pusat perhatian stilistika adalah Style, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana. Dengan demikian, style dapat diterjemahkan sebagai gaya bahasa. Gaya bahasa yang dimaksud mencakup diksi, atau pilihan leksikal, struktur kalimat, majas dan citraan, rima, matra yang digunakan seorang sastrawan yang terdapat dalam sebuah karya sastra. Menyinggung soal pilihan leksikal, banyak ahli bahasa yang memilih menggunakan istilah pilihan leksikal ini sebagai sinonim diksi.⁵⁴

(4) Makna Retoris (RETORIS)

Elemen retorik menyangkut penggunaan repetisi, alitersi, metafora yang dapat berfungsi sebagai

⁵⁴ Ibid, hlm.82-83.

“idiologi control” manakalah sebuah informasi yang kurang baik tentang aktor tertentu dibuat kurang mencolok sementara informasi tentang aktor lain ditekankan. Dengan kata lain, retorik ini digunakan untuk memberi penekanan positif atau negatif terhadap aktor atau peristiwa dalam berita.

Strategi dalam level retorik ini adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya, dengan pemakaian kata yang berlebihan atau bertele-tele. Retorik mempunyai fungsi persuasif dengan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Pemakaiannya diantaranya, dengan menggunakan gaya repetisi (pengulangan), aliterasi (pemakaian kata-kata yang permulaannya sama bunyinya seperti sajak), sebagai suatu strategi untuk menarik perhatian, atau untuk menekankan sisi tertentu agar diperhatikan oleh khalayak.⁵⁵

(a) Grafis

Elemen ini merupakan bagian untuk memberikan apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Dalam berita elemen grafis ini biasanya muncul lewat bagian tulisan yang dibuat berbeda dibandingkan tulisan lain, seperti pemakaian huruf tebal, huruf miring, garis bawah, huruf dengan ukuran lebih besar, termasuk pemakaian caption, raster, grafik, gambar, foto dan tabel untuk mendukung pesan. Pemakaian angka-angka dalam berita diantaranya digunakan untuk menyugestikan kebenaran, ketelitian, dan posisi data suatu laporan. Pemakaian jumlah, ukuran statistik menurut Van Dijk bukan semata bagian dari standar jurnalistik,

⁵⁵ Ibid, hlm.83-84.

melainkan juga menyugestikan presisi dari apa yang hendak dikatakan dalam teks.

(b) Metafora

Dalam suatu wacana, seorang wartawan tidak hanya menyampaikan pesan pokok lewat teks, tetapi juga kiasan, ungkapan, metafora yang dimaksudkan sebagian ornamen atau bumbu dari suatu berita. Akan tetapi, pemakaian metafora tertentu bisa jadi pakian oleh wartawan secara strategi sebagai landasan berfikir, alasan pembenar atas pendapat tertentu kepada publik. Penggunaan ungkapan sehari-hari, peribahasa, pepatah, petuah leluhur, kata-kata kuno, bahkan ungkapan ayat suci dipakai untuk memperkuat pesan utama.⁵⁶

2) Kognisi Sosial

Pada level kognisi sosial yang perlu dipertimbangkan adalah bagaimana proses produksi teks berita yang dilakukan komunikasi. Pada posisi ini komunikasi terikat/terpengaruh oleh ideologi kerja, ideologi sosial, seperti norma, adat, kebudayaan dan sebagainya yang bersemayam di dalam kognisi masyarakat.

3) Analisis/ Konteks Sosial

Terkait dengan analisis/konteks sosial, pada penelitian yang menggunakan model van Dijk meyakini bahwa komunikasi dalam menulis berita akan mengikuti logika/wacana masyarakat yang berkembang.

B. Kerangka Teoretik

1. Kajian Teori

a. Teori Konstruktivisme

Teori konstruktivis atau konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang

⁵⁶ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKIS, hlm.258.

dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Delia dan rekan-rekan sejawatnya. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Konstruktivist melakukan pendekatan pemahaman produksi pesan dimulai dari system kognitif individu.⁵⁷

Konstruktivisme Adalah teori komunikasi yang berusaha untuk menjelaskan perbedaan individu dalam kemampuannya untuk berkomunikasi terampil dalam situasi sosial. Anggapan inti dari konstruktivisme adalah bahwa seseorang akan menggambarkan dunia melalui sistem dari gagasan mereka sendiri. Gagasan-gagasan atau pikiran-pikiran berupa komponen-komponen kognitif yang dilengkapi atas realita-realita yang ada dalam lingkungannya.

Teori konstruktivisme dibangun berdasarkan teori yang ada sebelumnya yaitu “konstruksi pribadi” atau “konstruksi personal” oleh George Kelly yang menyatakan, bahwa orang memahami pengalamannya dengan cara mengelompokkan berbagai peristiwa menurut kesamaannya dan membedakan berbagai hal melalui perbedaannya.⁵⁸

Teori konstruktivisme mengakui bahwa konstruksi personal memiliki latar belakang sosial, dengan demikian konstruksi personal dipelajari melalui interaksi dengan orang lain. Karenanya, kebudayaan memiliki peran signifikan dalam menentukan makna suatu peristiwa. Budaya dapat mempengaruhi bagaimana tujuan komunikasi ditentukan, bagaimana tujuan harus dicapai, sekaligus tipe konstruksi yang digunakan dalam skema kognitif.

⁵⁷ Miller, 2005, hlm.105.

⁵⁸ Morrison, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana Predana Media Group. hlm.168.

Walaupun teori ini mengakui efek interaksi sosial dan budaya dalam kognitif, namun teori konstruktivisme lebih mengutamakan pengamatannya pada berbagai perbedaan individu melalui kompleksitas konstruksi personalnya dan juga strategi yang digunakan dalam berkomunikasi.⁵⁹

Konstruktivisme pada dasarnya adalah teori dalam memilih strategi. Produk riset konstruktivisme yang dilakukan biasanya adalah dengan meminta subjek untuk memilih berbagai tipe pesan yang berbeda dan mengelompokkannya ke dalam berbagai kategori strategi.⁶⁰

b. Asumsi Konstruktivisme

Asumsi dasar teori ini adalah hubungan yang terbentuk dalam sebuah kelompok sosial akan mempengaruhi jenis pembicaraan yang digunakan oleh kelompok itu. Prinsip dasar konstruktivisme adalah tindakan ditentukan oleh konstruk diri juga sekaligus konstruk lingkungan luar diri. Komunikasi pun demikian, ditentukan oleh diri di tengah pengaruh lingkungan luar. Orang memahami dunia melalui sistem konstruksi pribadi, konstruksi adalah konsep yang berlokasi di pikiran kita.

Kemudian, Delia dan Jaringan Peneliti Konstruktivis menciptakan Role Category Questionnaire (RCQ), RCQ dibuat sebagai sample gagasan-gagasan interpersonal untuk menjelaskan suatu makna. Gagasan-gagasan membedakan ciri-ciri yang kita gunakan untuk mengklasifikasikan persepsi. RCQ dalam penggunaannya selanjutnya untuk sebuah penelitian menekankan pada kepribadian dan tindakan seseorang dalam mendefinisikan karakter seseorang bukan secara fisik. Role Category Questionnaire (RCQ)

⁵⁹ Ibid, hlm.169

⁶⁰ Ibid, hlm.170

dibuat sebagai sample gagasan-gagasan interpersonal untuk menjelaskan suatu makna.

Di dalam proses kognitif yang berlangsung pada diri seseorang terdapat dua macam, yaitu yang pertama belum matangnya proses kognitif ketika dia hanya melihat orang lain dari sisi hitam atau putih saja. Yang kedua adalah individu yang telah memiliki kedewasaan, dia melihat dunia dari gambaran kehidupan yang ada, dan mampu menggambarkan orang dengan lebih kompleks, bahwa tidak hanya terpaku pada hitam ataupun putih saja.

Tiga Bagian dari Kompleksitas Kognitif. Tiga bagian ini, diantaranya:

- 1) Diferensiasi, yaitu ada banyaknya gagasan mengenai kepribadian yang terpisah-pisah digunakan untuk mendeskripsikan seseorang.
- 2) Abstraksi, yaitu derajat yang melihat pada tingkah laku yang tampak dalam kaitannya dengan sifat internal, motivasi, dan disposisi.
- 3) Integrasi, yaitu berkenaan dengan pengakuan dan perdamaian pada kesan-kesan konflik.

Menilai pada diferensiasi akan mudah, namun ketika sampai pada abstraksi dan integrasi akan mengalami kesulitan.

Delia melakukan pengujian terhadap RCQ dengan mengembangkan kompleksitas kognitif itu berdasar kronologi usia anak yang kemudian secara berurutan pada nilai yang lebih tinggi antara dewasa menuju usia tua. Pada akhirnya menyimpulkan bahwa perbedaan individu antara orang dewasa relatif stabil dari waktu ke waktu. Dia menuliskan bahwa test kepribadian tidak harus digambarkan oleh karakter lain atau faktor yang tidak berhubungan. Peneliti harus

memahami bahwa nilai RCQ itu bebas dari IQ, empati, ataupun kemampuan menulis.

1) **Person-Centered Message.** Jesse Delia mengungkapkan bahwa *Person-Centered Message* sebagai pesan yang secara refleksi dan adaptasi pada subyek, afeksi dan aspek hubungan dari konteks komunikasi. *Constructivist* mengungkapkan bahwa *Person-Centered Message* ditujukan pada kompleksitas kognitif.

2) **Desain Pesan Logis**

Terdapat tiga macam Desain Pesan Logis, diantaranya:

- a) **Expresive Desain Logic**, yaitu bahwa bahasa merupakan media untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan. Mereka hanya berpikir dan merasakan yang lainnya akan mengetahui apa yang mereka pikirkan dan rasakan.
- b) **Conventional Design Logic**, yaitu bahwa komunikasi merupakan permainan secara bersama, sesuai pada hukum-hukum dan prosedur sosial konvensional.
- c) **Rhetorical Design Logic**, yaitu komunikasi merupakan kreasi dan negosiasi dari pribadi sosial dan situasi yang ada. Artinya ketika seseorang menyampaikan gagasannya mereka mengungkapkan kenyataan-kenyataan sosial yang ada.

Prinsip konstruktivisme menyatakan bahwa situasi emosi atau alasan merupakan konstruksi dari situasi yang mempengaruhi individu. Misalnya emosi bukanlah reaksi yang muncul begitu saja. Emosi dimaknai dan dikemukakan sesuai dengan aturan yang sudah dipelajari dalam interaksi sosial dengan orang lain. Faktor lain yang mempengaruhi proses komunikasi berbasis diri adalah konsep tentang tujuan. Setiap

individu dalam interaksinya selalu berusaha untuk memanajemen tujuan. Tujuan itu bisa bersifat instrumental (seperti mengajak atau memberitahukan seseorang) dan relasional (mendukung penampilan seseorang, menunjukkan pesona diri).

c. Macam-Macam Konstruktivisme

- 1) Konstruktivisme radikal hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran kita. Bentuk itu tidak selalu representasi dunia nyata. Kaum konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kriteria kebenaran. Pengetahuan bagi mereka tidak merefleksi suatu realitas ontologism obyektif, namun sebuah realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang
- 2) Realisme hipotesis, pengetahuan adalah sebuah hipotesis dari struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju kepada pengetahuan yang hakiki.
- 3) Konstruktivisme biasa mengambil semua konsekuensi konstruktivisme dan memahami pengetahuan sebagai gambaran dari realitas itu. Kemudian pengetahuan individu dipandang sebagai gambaran yang dibentuk dari realitas obyektif dalam dirinya sendiri.

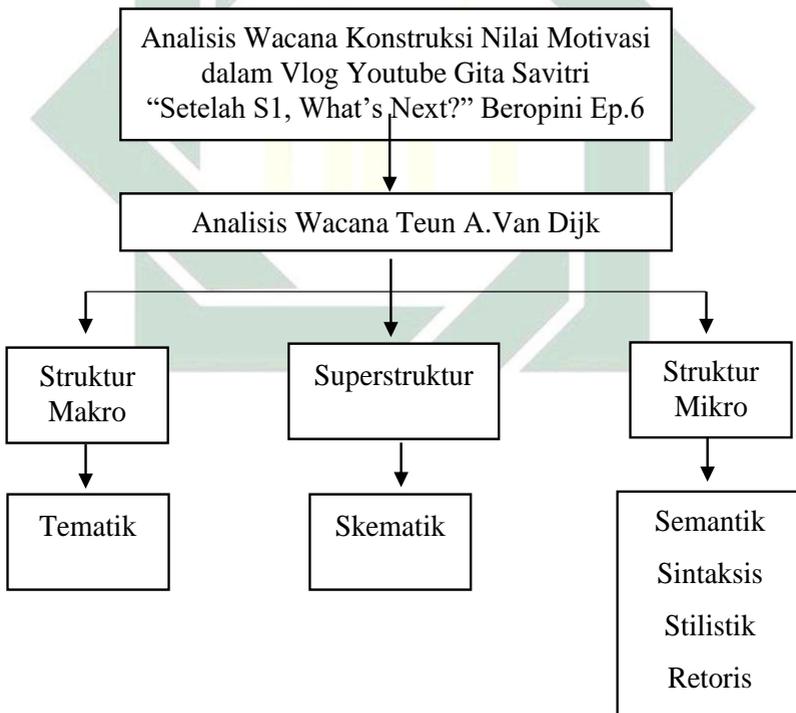
d. Efek Komunikasi Cerdas

- 1) Pesan yang menyenangkan. Berusaha untuk menurunkan tekanan emosi oleh yang lain.
- 2) Memelihara hubungan. Merupakan proses kejelasan dari perkembangan hubungan. Telah dipahami, bahwa hubungan biasanya diawali adanya daya tarik, penggalan diri, dilanjutkan proses terakhir, perkenalan dari hal yang belum dipahami.
- 3) Keefektifan organisasi. Keefektifan organisasi belum tentu melalui kecakapan pesan. Sesuai pada apa

yang diungkapkan oleh constructivist, bahwa penampilan yang baik dan promosi menggambarkan penggunaan dari person-centered communication yang melihat pada pencapaian tujuan dengan pelanggan dan pekerja.

2. Kerangka Penelitian

Kerangka Pikir Penelitian Tentang Konstruksi Nilai Motivasi dalam Vlog Youtube Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?” Beropini Ep.6
(Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk)



Tabel 2.2 Alur Kerangka Pikir Penelitian

Proses penelitian ini berawal dari fenomena youtube sebagai media baru pada saat ini. Karena kepopuleran Youtube saat ini, membuat banyak orang yang beralih profesi menjadi Youtuber salah satunya Gita Savitri atau yang biasa disebut Gita Savitri. Berbagai macam konten dapat ditemukan di kanal Youtube Gita Savitri, baik itu hiburan, tutorial, review, seperti film pendek, music video, beropini, hingga inovasi baru dalam dunia video yaitu Vlog (Video Blog). Salah satu hal yang membuat peneliti tertarik ialah konten “Opini” yang terdapat pada youtube Gita Savitri, konten motivasi yang dikemas dalam sajian yang menarik.

Gita Savitri merupakan salah satu dari sekian banyak remaja Indonesia yang telah memanfaatkan media sosial youtube-nya untuk menorehkan ide dan pemikirannya. Di saat remaja seusianya masih mengalami tahap kelabilan dalam pembentukan identitas diri, Gita Savitri justru telah mengetengahkan pemikirannya yang matang dengan gayanya yang tetap santai dan berjiwa muda.

Akun media sosial youtube Gita Savitri nantinya akan diteliti bagaimana pembentukan *personal branding* yang efektif dalam video Gita Savitri berjudul “Setelah S1, What’s Next?” dapat membentuk nilai motivasi pagi para penontonnya? Peneliti menganalisis *personal branding* ini menggunakan analisis wacana, tepatnya analisis wacana yang dicetuskan oleh Teun A. Van Dijk. Analisis wacana tersebut memiliki 3 aspek penelitian, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Teun A. Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas tiga elemen, yang pertama (1) Dimensi Teks, (2) Kognisi Sosial, (3) Konteks Sosial. Dimensi teks dibagi dalam 3 struktur (1) Struktur Makro, (2) Superstruktur, (3) Struktur Mikro. Dalam struktur makro sendiri hal yang diamati adalah elemen Tematik, dalam superstruktur hal yang diamati adalah elemen Skematik, dan yang terakhir pada struktur mikro hal yang diamati adalah elemen Semantik, Sintaksis, Stilistik/Leksikon, dan Retoris. Pada tiap elemen di bagi lagi menjadi bagian-bagian yang sudah

peneliti tulis pada bab diatas. Kemudian terbentuklah kognisi sosial dan konteks sosial.

Kemudian yang ada pada teori konstruktivisme, dianalisis menggunakan analisis wacana dengan 3 elemen yang tiap elemennya memiliki cabang yang lain, dianalisis melalui gambar, judul, kalimat, adegan pada video blog youtube Gita Savitri “Setelah S1, Next What’s?” dari menit 00:09-16:42. Kemudian terbentuklah maksud-maksud untuk membentuk konstruksi nilai motivasi.

C. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai analisis wacana model Teun A. Van Dijk pernah dilakukan sebelumnya oleh Kasmila Wati tentang “Analisis Wacana Pemberitaan Pemilihan Presiden Tahun 2014 di Harian Pagi Riau Pos”.⁶¹ Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui secara jelas analisis wacana pemberitaan pemilihan Presiden tahun 2014 di Harian Pagi Riau Pos, supaya pembaca dapat memahami dan mengetahui secara jelas tentang pemberitaan pemilihan Presiden tahun 2014. Skripsi tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan memakai teori Teun A. Van Dijk dengan elemen Tematik, Skematik, Sematik, Sintaksis, Stilistik dan Retoris. Hasil yang dapat dari skripsi tersebut yaitu pemberitaan pada Harian Pagi Riau Pos yaitu Pemberitaan pemilihan presiden dilihat dari struktur teksnya lebih didominasi oleh salah satu pasangan calon yang terlihat proses pemberitaan pada waktu memberitakan, gaya bahasa, topik dan tampilan visual (gambar) yang lebih mengutamakan Jokowi-JK.

Selain itu, Skripsi yang ditulis oleh Andi Prianto tentang “Analisis Wacana Berita Kriminal di Surat Kabar Pekanbaru Pos

⁶¹ Kasmila Wati, “Analisis Wacana Pemberitaan Pemilihan Presiden Tahun 2014 Di Harian Pagi Riau Pos”, (Skripsi Program Strata Satu Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2016).

(Edisi November 2009)”⁶². Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis wacana berita kriminal edisi November 2009 di Surat Kabar Pekanbaru Pos, agar para pembaca dapat memahami dan mempermudah pembaca dalam mendeskripsikan wacana tersebut. Skripsi tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan memakai teori Teun A. Van Dijk dengan elemen Tematik, Skematik, Sematik, Sintaksis, Stilistik dan Retoris. Hasil yang didapat dari skripsi tersebut yaitu pemberitaan pada Surat Kabar Pekanbaru Pos sudah cukup bagus namun masih ada kelemahan pada sebahagian pemberitaan yang berkaitan dengan penggunaan kaedah-kaedah jurnalistik dan elemen-elemen wacana sehingga berita belum termasuk hasil karya jurnalistik yang utuh. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan Andi Prianto terdapat pada fokus objek berita. Andi Prianto fokus pada berita kriminal sedangkan penulis fokus pada berita politik disurat kabar Riau pos. Dan kesamaan dalam skripsi tersebut terletak pada penggunaan analisis wacana yaitu model Teun A. Van Dijk. Meskipun memiliki model analisis yang sama, namun pokok penelitian yang diteliti berbeda.

Jurnal ilmu komunikasi karangan Hetty Catur Ellyawati yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Teks Berita Kasus Terbongkarnya Perlakuan istimewa terhadap Terpidana Suap Arthalyta Suryani Pada Media Online”⁶³. Dalam penelitian ini, media online yang dimaksud adalah Kompas.com dan detiknews.com. Ruang lingkup penelitian ini adalah tentang analisis wacana kritis pada teks berita kasus terbongkarnya kasus istimewa terhadap terpidana suap Arthalyta Suryani. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik

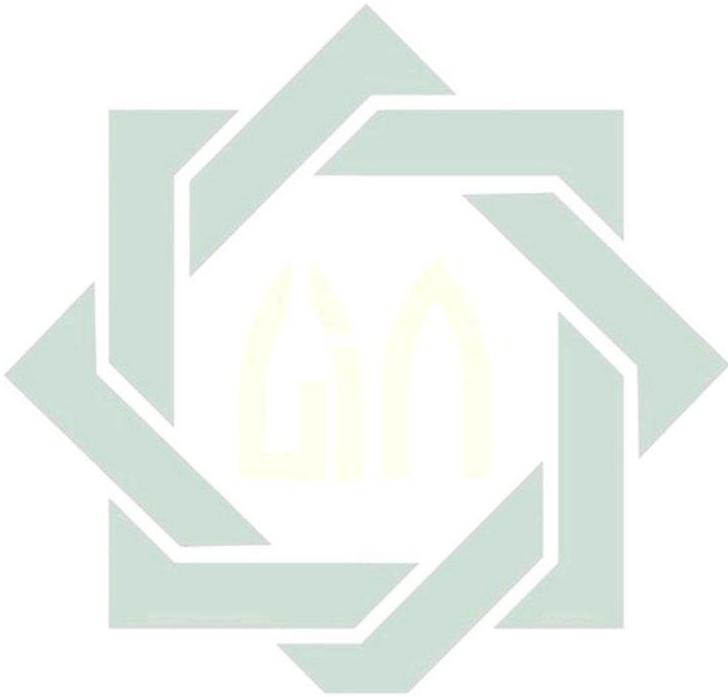
⁶² Andi Prianto, “*Analisis Wacana Berita Kriminal di Surat Kabar Pekanbaru Pos (Edisi November 2009)*”, (Skripsi Program Strata Satu Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2010).

⁶³ Hetty Catur Ellyawati, “*Analisis Wacana Kritis Teks Berita Kasus Terbongkarnya Perlakuan istimewa terhadap Terpidana Suap Arthalyta Suryani Pada Media Online*”, Diakses dari <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/26>, pada hari senin, 12 Juni 2017 pukul 22.24 WIB.

purposive sampling, artinya pemilihan sampel penelitian disesuaikan dengan kebutuhan peneliti. Ada 15 sampel berita dari kompas.com dan 22 teks berita dari detikNews.com. Hasil penelitian diketahui bahwa untuk liputan berita yang sama masing-masing media memiliki caranya tersendiri untuk menyampaikan informasi tersebut kepada khalayak agar mudah dimengerti. Perbedaan cara ini menyangkut perbedaan pilihan kosakata yang digunakan pada teks berita, perbedaan genre teks serta intertekstualitas yang dipengaruhi oleh masing-masing media. Ideologi ini bersangkut paut dengan target pembaca yang hendak dibidik.

Penelitian yang dilakukan oleh Kuntoro Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan judul “Analisis Wacana Kritis (Teori van Dijk dalam kajian teks media massa.)”⁶⁴ Dalam jurnal analisis wacana ada tiga hal penting yang mempengaruhi produksi maupun analisis wacana yakni: ideologi, pengetahuan dan wacana. Ideologi mempengaruhi produksi wacana. Tidak ada wacana yang benar-benar netral atau steril dari ideologi penutur atau pembuatnya. Ideologi adalah sistem kepercayaan baik, kepercayaan kolektif masyarakat maupun skemata kelompok yang khas, yang tersusun dari berbagai kategori yang mencerminkan identitas, struktur sosial, dan posisi kelompok. Adanya manfaat jurnal ini pada penelitian saya adalah memberikan referensi dan masukan bagi saya dalam menyusun penelitian dengan menggunakan teknik analisis wacana kritis.

⁶⁴ Kuntoro, “Analisis Wacana Kritis Teori Van Dijk Dalam Kajian Teks Media Massa”, Jurnal Nasional Leksika: Jurnal Bahasa, Sastra dan Pengajarannya, Vol. 2 No.2, e-ISSN: 2620-4037, 2018.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan paradigma kritis. Paradigm kritis ialah salah satu cara pandang terhadap realitas sosial yang senantiasa diliputi rasa kritis terhadap realitas tersebut. Paradigm kritis berupaya menggabungkan teori dan tindakan (praktis) secara sadar. “praktis” merupakan konsep sentral dalam tradisi filsafat kritis. Menurut Habermas Praktis bukanlah tingkah laku buta atas naluri belaka, melainkan tindakan dasar manusia sebagai makhluk sosial. Pendekatan kritis yang dipakai peneliti dalam analisis vlog “Setelah S1, What’s Next?” beropini episode 6 didasarkan pada teori analisis wacana Teun A. Van Dijk.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian model analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Model ini dipilih karena, peneliti ingin menguraikan topik/fakta yang terdapat dalam vlog “Setelah S1, What’s Next?” beropini episode 6, serta mendiskripsikan makna nilai motivasi yang terkandung di dalamnya.

B. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah vlog “Setelah S1, What’s Next?” beropini episode 6 dengan judul Konstruksi Nilai Motivasi dalam Vlog Youtube Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?” beropini episode 6 dengan durasi 16;42 menit yang dirilis pada 30 Maret 2017, dan dibatasi pada penggambaran motivasi, baik di dalamnya tercakup bahasa dan teks pada video tersebut.

C. Jenis dan Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek darimana data diperoleh.

- a. Data Primer : Data utama yang digunakan peneliti, dalam hal ini berasal dari dokumentasi vlog “Setelah S1, What’s

Next?” beropini episode 6 berupa video dalam format mp4, baik itu berupa audio, visual gambar, teks, bahasa, dan lain-lain yang berdurasi 16;42 menit dan nantinya akan dianalisis secara detail.

- b. Data Sekunder : Data pendukung yang membantu menyempurnakan penelitian. Sumber data berupa buku-buku ilmiah, jurnal-jurnal penelitian, dokumentasi-dokumentasi skripsi terdahulu, sumber lain seperti website resmi dan internet.

D. Tahapan Penelitian

Untuk menghasilkan hasil yang sistematis dalam penelitian perlu diperhatikan tahap – tahap penelitian. Tahap penelitian yang dilalui dalam proses ini merupakan langkah untuk mempermudah dan mempercepat proses penelitian. Adapun tahap – tahap yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memilih Topik yang Menarik

Dalam memilih topik yang menarik, penulis mencari beberapa referensi yang sesuai dengan permasalahan di era saat ini, kemudian menghubungkan topik tersebut dengan media komunikasi.

- b. Merumuskan Masalah

Penelitian Menetapkan rumusan masalah yang menjadi point penting dalam pembatasan penelitian

- c. Menentukan Metode Penelitian

Dalam membahas penelitian ini penulis menetapkan beberapa point yang digunakan sebagai metode dalam pemecahan penelitian.

- d. Melakukan Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori yang sudah dicantumkan dalam metode penelitian, dan dengan mengkaji beberapa referensi lain sebagai pendukung.

e. Menarik Kesimpulan

Setelah data teranalisis, maka penulis akan menarik kesimpulan sebagai hasil akhir dalam proses penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya ilmiahnya, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan cara mengelompokkan scene-scene terpilih pada vlog untuk mencari pemaknaan atas bahasa lisan dan teks yang muncul dalam setiap scene menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk.

b. Studi Pustaka

Dilakukan dengan melengkapi dan membaca literature sebagai bahan dan panduan penulis dalam mengkaji penelitian. Bahan tersebut dijadikan sebagai referensi bagi penulis dalam mengidentifikasi dan mendeskripsikan masalah penelitian. Data-data untuk melengkapi penelitian ini didapat dari berbagai sumber informasi yang tersedia, seperti buku, jurnal dan internet.

F. Teknik Analisis Data

Model analisis wacana yang digunakan penulis yaitu Model van Dijk, karena model van Dijk yang digunakan untuk menganalisis bisa disesuaikan dengan wacana pemberitaan. Gagasan pokok model Van Dijk terdiri atas beberapa elemen, yaitu a. **Dimensi Teks** yang terdiri atas (1) struktur makro yang berupa aspek tematik; (2) superstruktur yang berupa aspek skematik; dan (3) struktur mikro yang terdiri atas (a). aspek semantik, (b). aspek sintaksis, (c). stilistik, dan (d). retorisi.; b. **Kognisi Sosial**; c. **Analisis/ Konteks Sosial** yang terdiri dari atas praktik kekuasaan dan akses mempengaruhi wacana; dan d. kerangka analisis yang terbagi menjadi struktur yang terdiri atas teks, kognisi sosial, dan analisis sosial; dan metode yang

meliputi linguistik kritis, wawancara mendalam, studi pustaka, penelusuran sejarah.

1. Dimensi Teks

Adapun model analisis wacana elemen dimensi teks yang dikemukakan oleh Van Dijk terbagi kedalam 3 tingkatan, yaitu⁶⁵:

- a. Struktur makro (Tematik) ini merupakan makna global / umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
- b. Superstruktur (Skematik) adalah kerangka suatu teks : bagaimana struktur elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
- c. Struktur mikro (Semantik, Sintaksis, Stilistik dan Retoris) adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, prafase yang dipakai dan sebagainya.

2. Kognisi Sosial

Pada level kognisi sosial yang perlu dipertimbangkan adalah bagaimana proses produksi teks berita yang dilakukan komunikan. Pada posisi ini komunikan terikat/terpengaruh oleh ideologi kerja, ideologi sosial, seperti norma, adat, kebudayaan dan sebagainya yang bersemayam di dalam kognisi masyarakat.

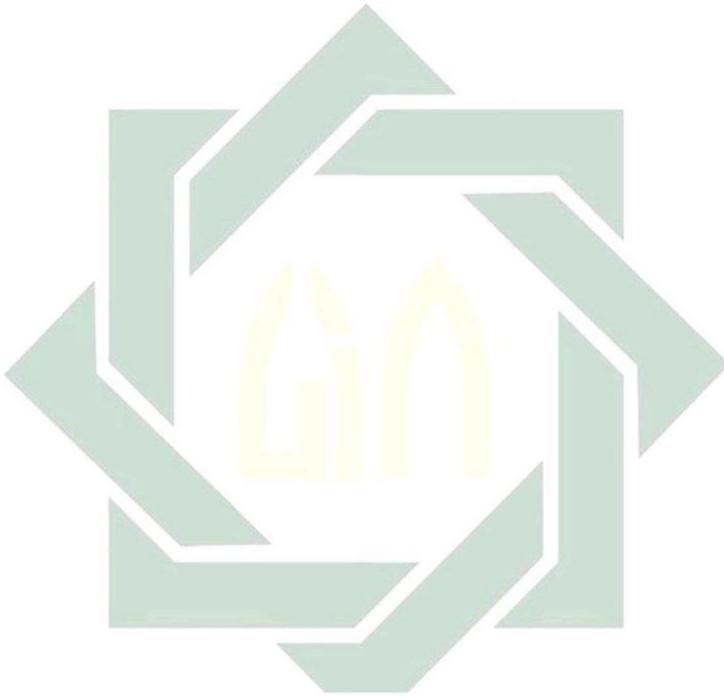
3. Analisis/ Konteks Sosial

Terkait dengan analisis/konteks sosial, pada penelitian yang menggunakan model van Dijk meyakini bahwa komunikan dalam menulis berita akan mengikuti logika/wacana masyarakat yang berkembang.

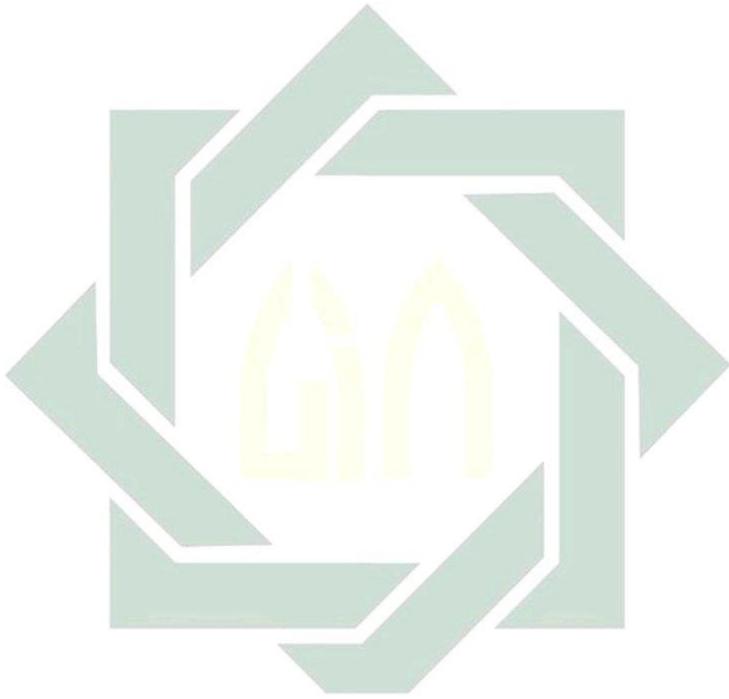
Penulis akan merumuskan kerangka teori sebagai tolak ukur dalam penelitian ini. Dengan tujuan mempermudah

⁶⁵ Eriyanto dalam buku Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2009, hlm.73.

melakukan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan model TeunA. Van Dijk, model Van Dijk sering disebut sebagai kognisi sosial. Istilah ini sebenarnya diadopsi dari pendekatan lapangan psikologi social, terutama unntuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks.⁶⁶



⁶⁶ Ibid. hlm.73.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Profil Gita Savitri

Gita Savitri Devi lahir di kota Palembang pada tanggal 27 Juli 1992. Gita Savitri Devi atau yang lebih dikenal dengan Gita Savitri atau Gitasav adalah remaja asal Indonesia yang kuliah, dan tinggal di Jerman tepatnya Kota Belin. Gita Savitri datang ke Berlin pada tanggal 30 September 2010, setahun setelah kelulusan SMA-nya. Ia memilih Berlin dikarenakan orang tua Gita pernah tinggal disana dan tentunya memiliki banyak teman di Berlin. Hal pertama yang ia lakukan ketika ingin pergi ke Belin ialah pelatihan bahasa di Hakina Ckschule Berlin untuk mendapatkan sertifikat untuk persyaratan *student college* di Berlin.⁶⁷

Gita Savitri menceritakan bahwa ketika ia lulus SMA, ia masih berusia 17 tahun. Dan itu membuat Gita Savitri harus menunggu 1 tahun untuk kuliah di Jerman karena persyaratan untuk calon mahasiswa di bawah 18 tahun tidak mudah dan cukup rumit.⁶⁸ Gita Savitri berkuliah untuk menempuh pendidikan S1 di Jerman tepatnya pada Freie universität Berlin jurusan Kimia Murni dan menetap di Berlin hingga sekarang.⁶⁹

Gita Savitri sudah memiliki seorang suami bernama Paul Andre Partohap dan menikah pada bulan Agustus 2018.⁷⁰ Ia dikenal sebagai *social media influencer*, *conten creator* video youtube (youtuber), blogger, yang biasa disebut *freelencer*. Ia juga seorang penulis, ia menulis buku pertamanya berjudul

⁶⁷ Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*Kuliah di Jerman I STORY*” pada segmen Tentang Jerman diakses pada tanggal 26 Juni 2016.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*Too Freaquently Asked Questions*” pada segmen Q & A diakses pada tanggal 7 Desember 2018.

⁷⁰ Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*Kenapa Menikah?*” pada segmen Q & A diakses pada tanggal 21 Agustus 2018.

Rentang Kisah diterbitkan oleh GagasMedia pada tanggal 20 September 2017 dan sudah di cetak ulang selama 13 kali dalam waktu singkat. Dalam akun instagramnya tertulis jika buku Rentang Kisah akan dijadikan sebuah film dalam waktu dekat ini.



Ia dikenal oleh banyak orang karena vlog nya yang ia unggah di platform Youtube. Melalui Youtube ia membagikan pengalamannya, ngobrol santai dengan teman-temannya dari Indonesia yang juga tinggal di Jerman, hingga beropini. Kepopulerannya semakin meningkat karena wanita kelahiran 27 Juli 1992 itu dinilai mempunyai pemikiran yang kritis terhadap isu-isu yang ada di Indonesia maupun di dunia, mulai dari politik, sosial, hingga agama.⁷¹

⁷¹ Arina Yulistara, *Mengenal Gita Savitri Devi, YouTuber Inspiratif yang Cantik Mirip Aktris Korea*, <https://wolipop.detik.com/hijab-profile/d-3593003/mengenal-gita-savitri-youtuber-inspiratifyang-cantik-mirip-aktris-koreaa>. Diakses 20 Maret 2019

Sejak 2016 pada tahun terakhirnya di universitas, Gita Savitri aktif menggunakan Youtube nya untuk membuat konten. Walaupun sebenarnya ia sudah mempunyai akun Youtube sejak 2010 yang hanya ia gunakan sebagai hiburan dan mengunggah video menyanyinya. Gita berinisiatif untuk membuat konten yang positif sehingga dapat memberikan wawasan baru bagi penontonnya.⁷²

Gita Savitri mendapat sorotan dari banyak khalayak atas pemikirannya, baik sebagai slegram, blogger, maupun youtuber. Penelitian ini lebih fokus terhadap video vlog Gita Savitri berjudul “Setelah S1, What’s Next?” dalam pembentukan konstruksi nilai motivasi dan menggunakan analisis Wacana Teun A. Van Dijk nantinya. Sebagai youtuber, Gita memiliki karakter yang kuat. Hal itu ditunjukkan dengan konsistensinya yang tinggi terhadap konten kiriman yang dibagikan kepada para pengikutnya. Dengan jumlah pengikut yang cukup banyak yakni 714.000 *subscriber*, Gita dapat menjangkau banyak khalayak dalam menyebarkan ide dan pemikirannya. Tidak sedikit kiriman Gita yang mendapat respons positif serta mampu memengaruhi pola pikir remaja lainnya agar lebih bijak dalam bertindak. Melalui akun youtubanya, Gita membagikan tulisan yang berisi pesan moral dengan dibalut cerita.

Hal itu menjadikan apa yang dituturkan tidak terkesan menggurui karena lebih menonjolkan kesan santai khas gaya kaum muda. Santai, asyik, dan menarik, merupakan hal yang mencerminkan pembawaan Gita. Hal itulah yang memberikan nilai lebih atas dirinya sehingga banyak pesan moral pada setiap postingannya yang diterima baik para pengikutnya.

Gita pernah mengatakan alasan mengapa ia membuat youtube, adalah karena Gita Savitri melihat kalau visual dan audio itu sangat efektif. “gua udah ngeblog itu dah lama banget yak, udah 2009 dan blog gua sepi-sepi aja gitu dibanding youtube yang gua baru waktu 2 tahun ini perbandingannya tu

⁷² Arina Yulistara, *Mengenal Gita Savitri Devi, YouTuber Inspiratif yang Cantik Mirip Aktris Korea*, Diakses dari Wolipop Lifestyle, Pada tanggal 9 Agustus 2017.

legit jauh banget, yang seperti kalian tahu orang itu males kalau baca tulisan, rata-rata. Baca *hideline* aja males gitu kan, apalagi baca tulisan blog yang panjang-panjang banget. Blog tu sebenarnya asik si, nah kalau misal visual atau audio menurut gua sangat komplit, makanyalah youtube gua pake, udah gitu gua liat juga di *platform* ini pas dulu gua mulai, belum banyak *content creator* yang memberikan konten yang bermanfaat”⁷³

Dan visi misi Gita Savitri membuat youtube sempat dijelaskan pada vlognya yang berjudul “*Kartu kuning, guru VS murid, kenapa nge YouTube, dll*” juga, kalau ia hanya ingin membuat konten yang baik, Gita Savitri sama sekali tidak memiliki niatan membuat konten yang tidak baik atau tidak ada manfaatnya.⁷⁴

Inisiatifnya membuat vlog yang positif membuat Gita dipilih menjadi satu-satunya vlogger wanita dalam program Youtube *Creators for Change Fellows* bersama 9 YouTuber lainnya dari Indonesia. Program yang dibuat oleh Youtube ini bertujuan mengatasi konten-konten yang mempunyai pengaruh negatif dan berbagai permasalahan sosial sehingga menciptakan dampak positif bagi dunia. Para konten kreator yang tergabung dalam *Creators for Change* program ini berasal dari wilayah Eropa, Timur Tengah, dan Asia Pasifik.⁷⁵

⁷³ Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*Kartu kuning, guru VS murid, kenapa nge YouTube, dll I QnA*” pada segmen Q&A diakses pada tanggal 10 Maret 2018

⁷⁴ Ibid

⁷⁵ Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*GRWM: Youtube Creators for Change Summit 2018 I Videonya Gita eps.10*” pada segmen Videonya Gita (Vlog) diakses pada tanggal 25 Januari 2018

Youtube Creators for Change Fellows



Gambar 3.2

Sumber: <http://instagram.com/Gita Savitri/>

Gita juga sering berkolaborasi dengan *brand-brand* muslimah seperti HijUp dan Wardah. Dan ia juga berkolaborasi dan menjadi salah satu *brand ambassador* dengan aplikasi “Ruang Guru”. Gita Savitri juga menjadi host program acara televisi ber-*genre* religi yaitu Muslim Traveler dan Halal Living yang disiarkan pada *channel* NET TV.

<p style="text-align: center;">Host Muslim Traveler NET TV</p>  <p>Liked by debyecintiara and 43,047 others</p> <p>gitasav Today I got the opportunity to interview the first ever Deputy Mayor of Tourism of Thessaloniki. It's such an honor! #MuslimTravelersNET</p> <p>March 12</p>	<p style="text-align: center;">Poster Pengisi Materi di Ruang Guru</p>  <p>Liked by mutyanurbalqish and 21,951 others</p> <p>gitasav Dulu kalo minggu pagi nontonnya kartun. Sekarang nonton ogut dan @ruangguru yuuukk 😊😊😊</p> <p>March 1 · See Translation</p>
Gambar 3.3	Gambar 3.4
<p style="text-align: center;">Sumber: http://instagram.com/Gita Savitri/</p>	<p style="text-align: center;">Sumber: http://instagram.com/Gita Savitri/</p>

Walaupun jauh dari Indonesia, bukan berarti enggak peduli dan enggak bisa berkontribusi buat Indonesia. Hal itulah yang menjadi pertimbangan Gita, Youtuber muda Indonesia yang telah menyelesaikan studinya di Jerman pada tahun 2017 lalu. Walaupun jauh dari Tanah Air, Gita secara aktif manfaatin saluran Youtube-nya buat berbagi vlog inspiratif dari perjalanannya berkuliah di Jerman. Gita Savitri adalah salah satu dari sekian banyak remaja Indonesia yang telah memanfaatkan

media sosialnya untuk menorehkan ide dan pemikirannya. Di saat remaja seusianya masih mengalami tahap kelabilan dalam pembentukan identitas diri, Gita Savitri justru telah menengahkan pemikirannya yang matang dengan gayanya yang tetap santai dan berjiwa muda layaknya remaja.

2. Profil Vlog “Setelah S1, What’s Next?”

Gita Savitri membagikan vlog yang dibuatnya ke *channel* Youtube nya “Gita Savitri Devi”. Gita membagi beberapa segmen untuk vlog nya di Youtube yaitu “Videonya Gita (Vlog)”, “Travel Vlog”, “Beropini”, “Tentang Jerman,”, “PagiPagi with Paul & Gita”, “Q&A”, “Hijab Review”, dan “Covers”

Vlog yang berjudul “Setelah S1, What’s Next?” masuk ke dalam segmen “Beropini”. Dalam segmen ini, Gita bercerita mengenai hasil *bachelor tesis*-nya atau skripsi yang diselesaikan tepat pada tanggal 29 Maret 2017 dan disitu Gita Savitri juga menjelaskan mengenai bagaimana perjuangannya menyelesaikan skripsi di Fritz-Haber Institute Jerman, menceritakan bagaimana cara mengapresiasi diri sendiri, menceritakan perbandingan sekolah di luar negeri dengan dalam negeri, bagaimana menghadapi tekanan batin dan lain-lain.

Segmen “Beropini”



← BEROPINI
🔍
⋮

BEROPINI 🌐
 Gita Savitri Devi

Gue membicarakan tentang berbagai isu yang terjadi di Indonesia dan manca negara.

✂
+
⬇
➡

▶

Setelah S1, what's next? | Beropini eps. 6

312,543 views

👍 11K
👎 125
➦ Share
⬇ Downloaded
⬇ Save

 **Gita Savitri Devi**
 761K subscribers

SUBSCRIBE

Published on Mar 30, 2017

Lagi cari skincare atau makeup products dari Korea? Click here to start shopping:
<http://www.stylekorean.com/tag/gitasav>

Selamat datang di Videonya Gita. Nama gue Gita Savitri Devi. Gue orang Indonesia yang tinggal di Berlin, Jerman. Di video ini gue ngerekam apa aja yang gue lakuin pada hari itu. Ada yang jelas, ada juga yang nggak jelas. Tapi kebanyakan sih random haha. Intinya gue pingin ngebagiin snippet of my life as a student di sini.

Eh iya, ngomong-ngomong gue nge-upload vlog tiap 2 kali seminggu. So, stay tuned!

49 videos



Kasus UUI + senioritas di Indonesia | Beropini eps. 1

Gita Savitri Devi

⋮



Muslim ban di Amerika | Beropini eps. 2

Gita Savitri Devi

⋮



Cita-cita | Beropini eps. 3

Gita Savitri Devi

⋮



Ber-islam feat. Rizka Rahmayani | Beropini eps. 4

Gita Savitri Devi

⋮



Setelah S1, what's next? | Beropini eps. 6

Gita Savitri Devi

▶
✕

 Home
 Trending
 Subscriptions
 Inbox
 Library

Pada segmen “Beropini” berjudul “Setelah S1, What’s Next?” di episode 6, Gita seorang diri menceritakan bagaimana

pengalamannya ketika mengambil *bachelor thesis* nya, dan apa yang akan ia lakukan setelah lulus S1. Vlog ini sudah di lihat sebanyak 312,543 ribu penonton, mendapatkan 11 ribu likes, dan 944 komentar.

B. Penyajian Data

Dalam deskripsi data penelitian, peneliti akan menjelaskan dan menjawab apa yang menjadi rumusan masalah. Dengan menggunakan model analisis wacana Teun A. Van Dijk, pertama peneliti akan mengkategorikan nilai motivasi baik itu faktor-faktor terjadinya nilai motivasi, fungsi hingga bentuknya. Yang kedua, peneliti akan menjabarkan data cuplikan kalimat-kalimat yang berisi nilai motivasi pada youtube Gita Savitri Devi berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” episode 6. Lalu peneliti akan menganalisis semua pilihan kalimat tersebut untuk menemukan isi nilai motivasi yang terkandung didalamnya.

1. Konstruksi Nilai Motivasi yang ada pada vlog youtube Gita Savitri berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” episode 6?

Dalam kontruksi nilai motivasi terdapat hal-hal yang dapat membentuk nilai-nilai motivasi salah satunya faktor-faktor yang dapat dilihat pada kalimat berikut:

NO	Faktor-Faktor Motivasi	Isi
1.	Faktor Internal	<i>“Selesainya gue nge skripsi ini si sebenarnya lebih ke pembuktian terhadap diri sendiri gue gitu, kan selama ini gua ngerasa gua terlalu pussy banget ke diri gue sendiri. I was a little biit to hard to my self, ecpessially karena gua merasa im not smart, im not German trus gua harus kuliah dalam bahasa Jerman, gue kayak</i>

		<p><i>merasa gue harus berusaha dua kali, tiga kali lebih keras dari pada orang.” (03:37 - 04:00)</i></p>
		<p><i>“.....sebelum itu tu gua gak ada Erwartung⁷⁶ atau gua gak punya ekspektasi sama sekali skripsi gua bakal kayak apa, terus kan kalo misalnya gua ngeliat orang-orang yang udah bachelor thesis duluan kayaknya oke banget, udah gitu kayaknya stress banget trus kayaknya tuh keren banget gitu, soalnya temanya bagus-bagus, trus yang dikerjain juga udah wissenschaftlich⁷⁷ banget atau scientific banget. Trus gua melihat diri gue yang bukan tipe orang yang scientist nerd dan lain-lain, jadi gua gak ada ekspektasi gitu lo. Kek yaudah gue kerjain aja. Dan kemaren gue ngeliat, gue bisa nulis tesis sampe 60 halaman. Trs temanya juga oke banget trus terlalu berjalannya lancar gitu-gitu. Ohhh lu ternyata bisa gitu juga git.” (2:51 – 3:36)</i></p>
		<p><i>“padahal di kuliah ini sebenarnya banyak banget yang bisa gue gain, lebih dari sekedar ijazahnya, di kuliah gue bisa</i></p>

⁷⁶ Bahasa Jerman, artinya ekspektasi/ harapan

⁷⁷ Bahasa Jerman, artinya ilmiah

		<p><i>belajar gimana jadi orang yang bertanggung jawab, gua bisa belajar untuk lebih baik dalam me-manage waktu, trus gua bisa. Bahkan lebih fokus ke belajar kimianya itu sendiri. Sementara ada satu moment dimana gua ngelewatin itu, ada satu moment dimana gue itu ga ngerti sebenarnya esensi kuliah itu apa.” (6:10 – 6:34)</i></p>
2.	Faktor Eksternal	<p><i>“Selama gua kuliah ini gua juga belajar ahh lebih menikmati prosesnya dibandingin ingin cepet-cepetan, <u>kan kalo dilihat dari dimana angkatan gue sekarang, kek mereka sudah gatau mereka udah berkarir, udah punya anak dan udah macem-macem gitu. Hmm dari situ sebenarnya gua ngerasa ada pressure dari dulu-dulu sebelumnya, gua dulu belum tau gimana cara buat nge handle pressure ini tapi makin kesini gua makin bisa fokus aja sama yang gua kerjain, ketika gua ngerjain sesuatu punya mind set nya cuman pingin cepet, pingin cepet kelar, pengen cepet ini karna gue pingin ngerjain yang lain, gue gak akan bisa dapet esensi dari yang gua kerjain.” (5:26 - 6:00)</u></i></p>

Tabel 3.1

Data Faktor-Faktor Motivasi

Selain pada kalimat yang diutarakan Gita Savitri di dalam videonya yang berjudul “Setelah S1, What’s Next?”, ada juga msyarakat yang berkomentar pada video Gita Savitri terdorong kemauannya hingga termotivasi untuk melakukan sesuatu seperti yang Gita Savitri ceritakan pada videonya. Peneliti akan tampilkan komentar-komentar yang muncul ketika video Gita Savitri sudah dilihat oleh para penontonnya, berikut fungsi-fungsi motivasi yang terpenuhi :

NO	ScreenShoot Kolom Komentar
----	----------------------------

1.

Danti Purbandini • 2 tahun yang lalu

your video couldn't have come at a better time especially with everything that's going on in my life. the words that came out of your mouth are exactly what i needed to hear to keep me going. hope you'll continue to inspire others ya ka 😊

51 likes

Dianiqu • 2 tahun yang lalu

Lo motivasi gua banget kak. Jujur gua orangnya sering kepikiran yg apa orang omongin ke gue. Smpe bikin gue stres. Dan benar kata lo ngapai stres yg ga segerusnya dibuat stres

8 likes

f feby rizka • 2 tahun yang lalu

Inspiringgg!! Dari kemaren aku stuck, mentok mikirin ntar lulus mau ngapain... terus ngerasa kalo stress banget ngerjain laporan tiap minggu dan praktikum karena jurusanku food tech. Dan kalimat "toh ntar ujungnya sama aja, bakal kelar kok" you open my eyes kak Gita!

127 likes, 20 comments

[LIHAT 20 BALASAN](#)

Zahra Ghaliyah • 2 tahun yang lalu

Hidup kita ga harus sama kaya orang lain. (Gita, 2017)
Suka bgt sama kalimat itu, dan mikir "lha? iyayaa mereka ya mereka, gue ya gue" emg setiap org seharusnya bisa takar kemampuannya sendiri di jgn terlalu terpeka sm org lain. nikmatin, nikmatin dan nikmatin. Alhamdulillah 16 menit nya ga sia'. Thx ka!

580 likes, 10 comments

Didi Sujana • 2 tahun yang lalu

Ajaib, Isinya cuma ngomong, tapi ga boser

58 likes

Atikah Fairuz Renggani • 2 tahun yang lalu

So inspiring banget,thankyou git 🍷

1. Semua orang punya jalan hidupnya masing-masing
2. Nikmati prosesnya bukan hasilnya
3. Berbaik hati pada diri sendiri, itu juga perlu.

Well,Goodluck wherever u are! Salam dari Bali Xoxo.

20 likes, 1 comment

[LIHAT BALASAN](#)

Rizky Yira • 2 tahun yang lalu

"belajar itu harus dirasakan, karena dengan kita merasakan, kita akan all out" itu sih yg gue simpulkan dr video yg ini makasih banyak kaGit inspirasinyaaa 🙌🙌

18 likes, 1 comment

ZOVG Channel • 2 tahun yang lalu

ini salah satu motivasi gua git, gua byk belajar byk dr loe git, gue jg sbim kuliah kerj dulu ngumpuln dana, dan bener banget setiap org punya jln di masalah msing2..

100 likes, 2 comments

[LIHAT 2 BALASAN](#)

homofelixus • 2 tahun yang lalu

gua sangat 'tertohok' (lol) sama point dimana lu bilang bahwa hidup kita gak harus sama kaya hidup orang lain. gua sebentar lagi 20 tahun dan gua ngerasa diumur segini gua belum bisa menghasilkan apapun buat diri gua dan orang-orang disekitar. kerjaan gua cuman kuliah, nugas, kuliah, nugas. gua kadang-kadang gak bisa tidur karena 'existential crisis' yang suka tiba-tiba datang dan seakan dia bilang "woy lu tidur mulu, malala aja umur 19 tahun udah bisa jadi aktivis hak-hak perempuan. lah lu bisa apa? lu punya apa?" dan akhirnya gua gak bisa tidur, gua merasakan apa yang tadi lu bilang tentang unnecessary stress. tapi setelah gua nonton video ini, gua sadar kalo gua bukan malala yousafzai. gua adalah gua, hidup gua ya kaya gini.

makasih ya ka git atas video pencerahan ini, congrats buat SI-nya dan good luck buat your future decisions!

52 likes, 1 comment

Gambar 3.6

Gambar diatas merupakan beberapa komentar orang-orang yang termotivasi, terlihat bahwa di tiap komentarnya terdapat kata atau kalimat seperti, *“inspiring”*, *“lo motivasi gue banget kak”*, *“so inspiring banget, thanks git (*emot love)”* *“the words that came out of your mouth are exacly what*

<p><i>i needed to hear to keep me going”, “Alhamdulillah 16 menitnya ga sia2. Thx ka!”, “makasih banyak kak Git inspirasinya”, “ini salah satu motivasi gua git”, “makasih ya kak git atas video pencerahan ini.”, dan lain-lain.</i></p>

Terlihat bahwa dengan penyampaian yang santai Gita Savitri mampu memberikan motivasi secara tidak langsung kepada penontonnya. Pada awal cerita yang nanti akan saya bahas di bab selanjutnya, Gita Savitri hanya ingin menceritakan jika ia telah *submit* skripsinya dan tinggal menunggu sidang. Siapa sangka jika ceritanya mendapatkan *feedback* positif dari pengikut dan penontonnya.

2. Analisis wacana Teun A. Van Dijk: Struktur Makro (Tematik), Superstruktur (Skematik), Struktur Mikro (Semantik, Sintaksis, Stilistik dan Retoris) Kognisi Sosial dan Konteks Sosial pada vlog Gita Savitri berjudul “Setelah S1, What’s Next?”?

Dalam konsep dimensi teks analisis wacana Teun A. Van Dijk ada 3 struktur yang membagi, yang pertama yaitu struktur makro, hal yang diamati dalam struktur makro adalah Tematik, tematik merupakan topik. Yang kedua, superstruktur, hal yang diamati di dalamnya adalah Skematik, skematik adalah bagaimana alur yang di buat dalam sebuah teks. Dan yang terakhir adalah struktur mikro, hal yang diamati didalamnya adalah Semantik, Sintaksis, Stilistik dan Retoris.

ScreenShoot adegan Gita Savitri dalam VLOG
berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini”
Episode 6



Gambar 3.7

Berikut adalah hasil deskripsi data yang peneliti dapatkan:

Struktur Makro	
TEMATIK (Tema atau topik yang dibahas di dalam teks maupun lisan)	“Hallo semuanyaa, selamat datang di segmen beropini, sebenarnya segmen kali ini ga ada tema yang pingin gua opiniin atau yang mau tak bicarain banget, gua cuman pingin cerita-cerita doang, jadi kemaren itu gua udah nge-submit <i>bachelor thesis</i> gua atau skripsi gue, trus gua sekarang tinggal nunggu sidang doang, jadi gue nanti tinggal e-mail profesor gue dan kita nentuin tanggal sidangnya mungkin april baru bisa sidang, finally.”

Pada potongan kalimat diatas terjadi pada detik 00:01 – 00:27. Gita Savitri menceritakan topik apa yang akan ia bicarakan pada video vlog nya kali ini. Ia hanya ingin menceritakan jika ia sudah mengumpulkan skripsiannya dan hanya menunggu sidang. Bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya, pengalaman apa yang ia dapatkan ketika mengerjakan skripsinya dan tentu saja apa yang akan ia lakukan selanjutnya ketika sudah mnedapatkan gelar S1 Kimia Murninya.

Tabel 3.2
Data Struktur Makro

Superstruktur	
SKEMATIK (Bagaimana alur yang dibuat dalam sebuah teks maupun lisan)	a. Pembukaan Gita Savitri membahas mengenai bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya.
	b. Isi <ol style="list-style-type: none"> 1) Membahas Pelajaran, Pengalaman dan Perasaan ketika mengerjakan skripsi 2) Cara memotivasi diri sendiri dengan menceritakan bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya 3) Hambatan mengerjakan skripsi 4) Manfaat memotivasi diri sendiri untuk mengerjakan skripsinya dan akhirnya skripsi bisa terselesaikna 5) Hambatan, Solusi, Pengalaman dan Pelajaran yang didapat ketika Gita Savitri berkuliah di Berlin

	6) Hambatan dan Cara menangani <i>toxic negative</i> dari opini masyarakat 7) Cara membangun/ memotivasi identitas diri sendiri, opini dan pengalaman Gita Savitri mengenai kuliah 8) Rencana Gita Savitri setelah S1 9) Opini Gita Savitri mengenai esensi menikah 10) Opini Gita Savitri mengenai tujuan hidup
	c. Penutup Mengajak penonton untuk mencintai diri sendiri, untuk mengerti esensi memotivasi diri sendiri itu penting
Kutipan kalimat yang dapat memperjelas maksud dari tiap bagian diatas akan peneliti cantumkan di bagian bawah.	

Tabel 3.3

Data Superstruktur

Berikut adalah potongan kalimat yang terdapat pada pembukaan, isi, dan penutup dalam elemen Skematik :

a. Pembukaan

“Jadi tanggal 29 itu kan hmm *deadline* nya trus gua sehari sebelumnya itu kemarinnya gua kayak gak tidur gitu lho, bukan karena excited atau apa tapi karena gue mesti ngedit video youtube (*ehe) teruus hari itu kayak cuman final review doang, ngeliatin mana yang masih salah atau misalnya ada ejaan-ejaan yang salaah, *typo-typo* gitu.” (00:28 – 00:51)

“pas sudah selesai gue print trus gue jilid sendiri di samping institud ada tempat foto copy yang emang dipake buat orang satu institud. Terus disana disediakan kayak covernya, trs disediakan kayak hmm yang ditengah-tengahnya itulah kayak lakban tengah di sediain. Kayak *cover* depannya gitu jadi lo bisa hmm ngejilid sendiri, trs bisa naruh di mesin jilidannya sendiri gitu-gitu. Terus habis itu semuanya gua kasih ke (*ia menggunakan bahasa jerman*) terus nanti sama mereka di review baru deh dikasih ke profesor, kayak gitu. *Long story short* beres semuanya.” (00:51 – 01:26)

b. Isi:

1) Membahas Pelajaran, Pengalaman dan Perasaan ketika mengerjakan skripsi

“Yang gua rasain sih setelah nge submit kayak perasaan lega sih ada, kek lebih ke finally gua bisa tidur, kalo misal ditanya susah apa nggak, ga juga sih ternyata yang gua rasain berat dari bachelor thesis itu lebih ke *time consuming* nya gitu, lebih ke iya lu harus nulis, harus gini, harus gitu. Tapi untung kemaren jauh sebelum deadline gua udah mulai nulis teoretik Abregem nya, trus udah gitu nulis introduction-nya dan lain-lain itu udah coba gua cicil jadinya kemaren-kemaren itu yang pas beneran waktu gua nulis gue ga terlalu henrik gitu, tapi di satu sisi gue jugak lega karena, ya seneng juga si maksudnya tanggung jawab gue sebagai anak ke orang tua beres, selesai ibaratnya.” (01:27 – 02:12)

“Setelah gue pikir-pikir lagi yang menarik adalah dari gue awal masuk kuliah sampe gue sekarang nih gue berubah banget gitu lho kek selama *bachelor* ini banyak banget yang gua pelajarin, terlepas dari ilmu kimianya itu sendiri. Kalok dulu itu kan awal-awal itu gua masih di *mind set* dimana gue nanti kalo kuliah trus gua nanti kuliahnya cuman mau tiga tahun doang, gitu-gitu. Trus

abis gitu gua mau ini, mau itu, nah terus sekarang gua lebih ke orang yang fokus ke apa yang gua kerjain sekarang, bahkan pas skripsi aja gua mau skripsi kan februari gua mulai, 1 februari, sebelum itu tu gua gak ada *Erwartung*⁷⁸ atau gua gak punya ekspektasi sama sekali skripsi gua bakal kayak apa, terus kan kalo misalnya gua ngeliat orang-orang yang udah *bachelor thesis* duluan kayaknya oke banget, udah gitu kayaknya stress banget trus kayaknya tuh keren banget gitu, soalnya temanya bagus-bagus, trus yang dikerjain juga udah *wissenschaftlich*⁷⁹ banget atau *scientific* banget. Trus gua melihat diri gue yang bukan tipe orang yang scientist nerd dan lain-lain, jadi gua gak ada ekspektasi gitu lo. Kek yaudah gue kerjain aja. Dan kemaren gue ngeliat, gue bisa nulis tesis sampe 60 halaman. Trs temanya juga oke banget trus terlalu berjalannya lancar gitu-gitu. Ohhh lu ternyata bisa gitu juga git. (02:13 – 03:36)

- 2) Cara memotivasi diri sendiri dengan menceritakan bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya

“Selesaiannya gue nge skripsi ini si sebenarnya lebih ke pembuktian terhadap diri sendiri gue gitu, kan selama ini gua ngerasa gua terlalu pussy banget ke diri gue sendiri. *I was a little biit to hard to my self, ecsspecially* karena gua merasa *im not smart, im not German* trus gua harus kuliah dalam bahasa Jerman, gue kayak merasa gue harus berusaha dua kali, tiga kali lebih keras dari pada orang.” (03:37 – 04:00)

“Dan gua mikir berusaha itu adalah kayak bersusah-susah which mean literally susah-susah gitu. Selama gua kuliah gua ga tau gimana caranya bersenang-senang lagi sebenarnya, gua lebih sering

⁷⁸ Bahasa Jerman, artinya harapan/ekspektasi

⁷⁹ Bahasa Jerman, artinya ilmiah

dirumah , gua lebih sering nugas gitu kalo misalkan orang mulai belajar sebulan sebelumnya atau dua minggu sebelumnya, gue mulai belajar itu dua bulan sebelumnya, bahkan 1 bulan setengah gitu. Saking gua gatau lagi gimana rasanya ngerjain hal lain selain kuliah dan lain-lain.” (04:01 – 04:25)

“Nah jadi sekarang itu kayak pembuktian kalo sebenarnya bisa lo git lu kemaren-kemaren itu lebih santai gitu, kemaren-kemaren lo lebih apresiasi diri lo sendiri gitu, gak yang terlalu gimana banget gitu ke diri lo, tapi lo bisa jalanin.” (04:26 – 04:39)

- 3) Hambatan Gita Savitri hingga manfaat memotivasi diri sendiri untuk mengerjakan skripsinya dan akhirnya skripsi bisa terselesaikan

“Akhirnya gua sadar di dua atau tiga semester akhir ternyata gue bisa take things *slower* gitu, gua bisa lebih pelan-pelan git, nyatanya ya gue lulus-lulus aja gitu, dengan gue yang belajar cuman dua minggu sebelumnya ternyata gua lulus-lulus aja, dengan kemaren gua gak ada ekspektasi atau gue ga ada gimana-gimana banget, pas gue tesis ternyata gue bisa-bisa aja, ngeliat gimana gue di SMA bahkan yang gua sama sekali gak akademis banget gitu, gua cara belajar aja gak ngerti. (04:40 - 5:09)

“Trus sekarang bisa lulus di universitas di Jerman, kuliah kiimia murni trus tesisnya di *max plang* di Freie Hamburg Institut itu keren banget gitu. At least buat diri gua sendiri, karena *we're exactly* ekspektasi gua terhadap diri gua itu terlalu kecil sebenarnya” (05:10 – 05:25)

- 4) Hambatan, Solusi, Pengalaman dan Pelajaran yang didapat ketika Gita Savitri berkuliah di Berlin

“Selama gua kuliah ini gua juga belajar ahh lebih menikmati prosesnya dibandingin ingin cepet-cepetan, kan kalo dilihat dari dimana angkatan gue sekarang, kek mereka sudah gatau mereka udah berkarir, udah punya anak dan udah macem-macem gitu.” (05:26 – 05:38)

“Hmm dari situ sebenarnya gua ngerasa ada pressure dari dulu-dulu sebelumnya, gua dulu belum tau gimana cara buat nge handel pressure ini tapi makin kesini gua makin bisa fokus aja sama yang gua kerjain, ketika gua ngerjain sesuatu punya mind set nya cuman pingin cepet, pingin cepet kelar, pengen cepet ini karna gue pingin ngerjain yang lain, gue gak akan bisa dapet esensi dari yang gua kerjain.” (05:39 – 05:59)

“Kayak dulu nih awal-awal gue mulai kuliah, gue merasa pengen harus cepet lulus ini, lulus itu, lulus ini. Trus gue akhirnya ngelewatin yang lain, padahal di kuliah ini sebenarnya banyak banget yang bisa gue *gain*, lebih dari sekedar ijazahnya, di kuliah gue bisa belajar gimana jadi orang yang bertanggung jawab, gua bisa belajar untuk lebih baik dalam *manage* waktu, trus gua bisa. Bahkan lebih fokus ke belajar kimianya itu sendiri.” (06:00 – 06:28)

“Sementara ada satu moment dimana gua ngelewatin itu, ada satu moment dimana gue itu ga ngerti sebenarnya esensi kuliah itu apa. Dan sebenarnya kuliah kan ujung-ujungnya itu kuliah menuntut ilmu, dan menuntut ilmu itu juga ibadah dan ketika gua mikir gua harus cepet-cepet-cepet gitu aa hal-hal kek gitu lupa aja sama gue.” (06:29 – 06:41)

“Trus gua juga belajar untuk ga terlalu ngeliatin orang dan gak terlalu dengerin orang, at least gue si ngerasanya kanan kiri gue itu kayak pussy gitu lho, kayak *somehow* kyak kita mikir, kalo gue udah umur segini itutu udah diumur gue dimana mestinya ngerjain

ini, In set ternyata gue masih ngerjain ini. Hal-hal kayak gitu yang buat gua tu jadi kayak nambah-nambahin *unnecessary pressure*, padahal kuliah di Jerman sendiri itu udah ada *pressure* tersendiri dan udah bikin stress tersendiri, dari susahnyanya, dari *challenging*-nya dan lain-lain.” (06:42 – 07:18)

5) Hambatan dan Cara menangani *toxic negative* dari opini masyarakat

“(tarik nafas) Nah dulu gua masih stress buat hal-hal yang kayak gitu, tapi gue makin lama-makin lama makin pinter untuk mengacuhkan itu semua dan untuk ga dengerin. Terlebih ketika gue kuliah di Jerman gua ngerasa penting banget buat gua untuk *nebelin kulit*, penting banget buat gua belajar buat tutup kuping (tarik napas). Apalagi kalo misalkan pulang ke Indonesia misalnya, ditanyain sama orang-orang untuk sekarang, (aa *berpikir) gue aktif di sosial media banyak orang kan yang gatau, sebenarnya proses kuliah di Jerman itu gak semudah yang mereka pikirin. Banyak gitu orang-orang kayak kapan lulus, kapan ini kapan itu.” (07:19 – 07:51)

“Dulu sih gua kepikiran gitu, orang-orang nanyain kapan-kapan-kapan, trus akhirnya gue bertanya ke diri gue sendiri, “kapan ya?” tapi makin lama gua ngerasa sebenarnya hal-hal itu gak penting buat gua pikirin, yang gua bilang nambah stress yang mestinya tu gak ada. (8:06) yang pasti gua selama kuliah ini gua makin tahan banting, makin bisa hmmm nerima apapun yang terkadi, hmm. Mau itu kesulitan apapun si dalam bidang akademik, dalam bidang hidup gua yang lain, kalo misalnya ada hal-hal yang sekiranya tidak berjalan sesuai yang gua harapkan atau gimana, gua lebih bisa nerima. Dan bahkan nih yang kayak gue udah sering bilang. bahkan gua udah tau gimana caranya gak punya

ekspektasi, yudah yang gua pikirin cuman kalo ada masalah ya hadepin, kalo ada halangan yaudah kerjain aja halangan halangan itu dulu, toh nanti lu bisa nyampe ke apapun tujuan lo.” (07:52 – 08:44)

- 6) Cara membangun/ memotivasi identitas diri sendiri, opini dan pengalaman Gita Savitri mengenai kuliah

“Trus gua belajar kalo ternyata hidup orang itu beda-beda. Di lingkungan tu kita tu kek punya pattern hidup gitu kan, hmm SD dari umur sekian sampe sekian, trus kuliah dari umur sekian ke sekian, trus kuliah lu bisa S2 atau misalkan lu nikah dan lain-lain. Tapi karena gue ngeliat hmm kanan kiri gue dan gue sendiri. Trus gua jadi ngerasa idup kita itu ga perlu sama kek orang lain. Yang selama ini kita tahu sebenarnya yang bikin itu society kita sendiri. Dan sering kali ya kita ke-pressure sendiri sama itu sebenarnya, akhitanya yang kayak gue bilang tadi apapun yang kita kerjakan itu maunya cepet-cepet-cepet-cepet doang.” (08:45 – 09:20)

“Nah terus akhirnya gue jadi belajar juga kalo ternyata gak ada kata terlambat, dalam ngerjain apapun yang mau lo kerjain si, soalnya, kan banyak tuh gue dapet e-mail atau misalkan dapet DM dari orang-orang yang seumuran gua, di Indonesia, trus dia baru kuliah juga karena faktor dan lain-lain hal, pas SMA tuh dia gabisa langsung kuliah, terus kesan yang gua dapatkan mereka tuh kayaakkk (ck *berfikir*) merasa kemunduran gitu lho, merasa kalo itu adalah hal yang gak normal, itu tu yang gua pelajarin selama gua di Jerman ini, selama gue bachelor ini gak ada yang nyuruh lo kuliah itu harus umur sekian dan lulus harus umur sekian itu gak ada, ternyata. (09:21 - 10:00)

“Lu bisa kuliah kapan aja mulai kapan aja, mau lu kuliah pas punya anak pun bisa. Soalnya kan gak semua

orang punya kesempatan yang sama gitu. Bisa jadi pas mereka baru lulus SMA mereka harus bantuin keluarga mereka dulu misalnya, atau mereka harus kerja dulu, atau misalnya mereka masih bingung mau kuliah apa, akhirnya mereka butuh waktu banyak buat mikirin, dari pada nanti kuliahnya ngerasa salah jurusan, atau enggak enjoy mendindingan dipikirin mateng-mateng. (10:01 - 10:26)

“Orang Jerman juga gitu rata-rata, mereka itu kuliah karena mereka ngerasa ‘udah saatnya gua kuliah’, mereka udah siap buat kuliah. Dan mereka ngerasa kuliah itu adalah sesuatu yang penting buat gua lakuin, kek orang Jerman disini banyak yang mereka *gap year*, karena mereka sebelum tau mau kuliah apa, mau berkarir dimana. Trus banyak yang habis lulus SMA, merekaa, kerja dimana dulu, karena mereka mau ngumpulin *experience* dulu. Ada juga yang langsung kuliah, pokoknya macem-macem.” (10:27 - 10:57)

“Dan sebenarnya gak jarang kalo misalnya lu ngeliat kalo lu kuliah di Jerman, ada beberapa orang yang sudah tua tapi ternyata masih S1 gitu, bahkan di angkatan gue itu, dia bukan angkatan gua si, dia angkatan 2 atau 1 diatas gua. Dia masih kuliah pas gua masih di kelas gitu, “nih orang kok udah tua” gitu keliatannya, trus dari rambutnya juga sudah ubanan. Dan taunya dia lahir tahun 77, dan gak ada yang ngeliatin itu aneh sebenarnya, biasa aja. Hmm ntah kenapa sih mungkin kallo di Indonesia *society* nya masih gimana ya *ck, gue gatau si kata apa yang harus gue pake untuk menjelaskan itu. (senyum) (11:30). Pokoknya intinya gitu sih.” (10:58 – 11:31)

7) Rencana Gita Savitri setelah S1

“Terus rencana gue selanjutnya, gua jujur belum ada pikiran atau belum ada rencana pasti untuk *for good* ke Indonesia. Apa ya gua masih merasa ada banyak hal

yang masih bisa gue kerjain dan bisa gue pelajarin disini. Guee rencananya pingin S2, jurusan yang sama, di Uni yang sama. Karena gue mikir, sayang si kalo gue cuman *bachelor* doang, apalagi kalo misalnya gue ingin berkarir, kalo misalkan gue punya *degree master* gitu kayaknya akan lebih oke (menaikan alis). (12:00) Udah gitu gua merasa yang namanya menuntut ilmu atau kuliah, sebenarnya ga, ga ga ada ruginya gitu, ga negatif.” (11:32 – 12:06)

8) Opini Gita Savitri mengenai esesnsi menikah

“Banyak juga ni yang nanya gua, abis lulus nikah ya kak? Kalo nikah sih buat gua pribadi itu kayak, topik yang sensitif gitu lho. Karena gua ngerasa tuh, nikah it’s not just nikah, dan nikah itu bener-bener sesuatu yang gua pikirin mateng-mateng, *it’s a big deal for me*. Kebetulan di Indo ni juga kita sering banget ditanyain orang kapan nikah, kapan nikah. Padahal sebenarnya balik lagi, yang tahu prioritas seseorang itu orang yang ngejalanin hidup itu sendiri. (12:07 - 12:31)

“soalnya gua liat-liat ni, kalo di *society* kita pas lo nikah kemudaan atau ketuaan lu tu bakal jadi topik buat di umumin. Karena kalo misalkan nikah kemudaan, “lo mau ngasih apa gitu ke istri lo?” atau anak lo misalnya. Atau gilak lu lulus dulu lah. Atau misalnya ketuaan, “kenapa lu nunda-nunda nikah kan nikah ibadah?” dan lain-lain. Jadi serba salah si ujung-ujungnya. Padahal hak orang si sebenarnya. Ya, orang yang nikah muda mungkin mereka mikir udah saatnya dia nikah, udah siap lahir dan batin. Trus keluarga udah oke, trus situasi sangat mendukung, kenapa enggak? (13:08) dan mungkin orang yang menunda nikah mereka punya alasan sendiri buat nunda, mungkin gak ada uang? Mungkin orang tua kenapa-napa? Kan kita gatau gitu ya jadi (*ssst) itu agak ke sensitif si.” (12:32 - 13.19)

9) Opini Gita Savitri mengenai tujuan hidup

“Dan gua gamau, apapun yang gua kerjain di hidup gua itu, bukan dari *decision* gue, *which mean* dan itu bukan *karena social pressure*. Ee gua gamau kalo misalnya gua master karena gue harus *master*, soalnya *that’s what people do now days*. Soalnya kalo misalnya gue *bacceler* nanti gue ketinggalan, level gue dibawah atau gimana gitu. (13:39) gue gamau gue nikah misalnya besok, hanya karena orang-orang itu udah nyuruh gua nikah. “nikah git, nikah-nikah-nikah” atau misalnya gua mikirnya “gua udah mikir 25, lu nikah lah, masak belum nikah-nikah, liat temen lu udah punya anak” gua gak mau kayak gitu.” (13:21 – 13:53)

“Atau misalnya, hmm misalnya gua pulang ke Indonesia, gue gamau gue akhirnya pulang ke Indonesia, karena gue dapet pressure dari orang-orang yang bilang misalnya (tarik nafas) hm terapinlah ilmu lo di Indonesia, kan lu lulusan Jerman, *give back to your country*, atau misalnya lu berkontribusi di Indonesia. Karena gua mikir, gua bisa berkontribusi dan gue bisa *do good* itu dimana aja dan ke siapa aja, *I see my self as global citizen* yang bisa berkontribusi untuk siapa aja, dimana gua berada, ya disitu gua berkontribusi, kepada siapa aja, kepada merekalah gua melakukan *feedback* positif.” (13:54 - 14:30)

“jadi intinya, gue gak mau mikirin terlalu jauh-jauh, gua mau mikirinnya tuh *on step at that time*, mana *oppurtunity* yang dateng ke gue sekarang itu yang gue kerjain, karena hidup gue tuh kayak *full of surprise* gitu, gak ada yang tau. Kayak gak ada yang tau gue sekarang nge youtube, taunya dateng aja gitu, ada kesempatan. Trus ntar gak ada yang tau taun depan gue ngapain, jadi gue ga me limit diri gue harus begini, harus begini, harus begitu. Karena, apa ya, kalo gue terlalu *planning* sebenarnya agak-agak unnecessary dan terllalu jauh, *spice* dan *butterfly in the stomach* ketika gua

mendapatkan sesuatu itu kayak gak ada gitu, kayak serunya idup itu gada. Itu yang gua rasain.” (14:31 - 15:10)

c. Penutup :

“Sama ini si, gua kayak pingin bilang. Buat kalian yang sekarang lagi butuh motivasi gitu, atau yang lag ngerjain skripsi, atau yang lagi mentok sama apapun yang kalian kerjain. Lu stress lu terlalau *worried* , lu terlalu gimana-gimana, ujung-ujungnya lu itu bakal beres-beres juga kok, toh ujung nya akan sama, kenapa gak pas lo mau ngerjain, ya gak usah stress, gak usah terlalu kepikiran. Gua aja bisa, lu juga bisa cuy.” (15:11 - 15:35)

“Jangan terlalu keras ke diri lo sendiri, toh kalo misal nkan lu udah berusaha, trus lu udah berdoa, yaudah cukup disitu aja, gausah nambah-nambahin beban-beban gak penting gitu, itu bakal nyusahin diri lo sendiri, gitu ajasih paling.” (15:36 – 15:47)

“kalo begitu gue undur diri dulu, sampai ketemu di video selanjutnya, dadahhhh” (16:18 – 16:21)

Struktur Mikro

SEMANTIK

(Makna yang ingin ditekankan dalam teks)

a. Latar

Menekankan bahwa Gita Savitri adalah seorang mahasiswi di Jerman, ia mendapatkan banyak pelajaran yang dapat ia ambil ketika berkuliah disana. Termasuk bisa memiliki pikiran yang luas, yang kemudian ia salurkan melalui akun



youtube dan salah satunya dalam video “Setelah S1, What’s Next?” ini.

Gambar 3.8

Dalam video ini Gita Savitri menggunakan latar tempat rumahnya di Berlin. Dalam video ini ia hanya berbicara didepan kamera dengan posisi yang tetap seperti itu dari detik 00:01 hingga penutup 16:42.

b. Detil

Gita Savitri menceritakan bagaimana cara agar mendapatkan motivasi dari diri sendiri, agar dapat mengerjakan skripsi dengan baik.

c. Maksud

	<p>Mengajak penonton untuk tidak berekspektasi kecil kepada diri sendiri, segala sesuatu bisa di kerjakan dengan mudah asalkan ada kemauan besar atau motivasi dalam diri sendiri.</p>
<p>SINTAKSIS (Bagaimana kalimat bentuk, susunan yang dipilih)</p>	<p>d. Pranggapan Gita Savitri memberikan pernyataan atas pertanyaan yaitu bagaimana mengatasi hambatan untuk memotivasi diri sendiri.</p>
	<p>a. Koherensi</p> <p>1) Koherensi Kondisional Penggunaan kata hubung konjungsi “yang” dan “dimana” dapat dijumpai dalam kalimat yang di pakai Gita Savitri dalam video ini.</p> <p>2) Koherensi Pembeda Penggunaan kata hubung “karena” banyak digunakan Gita Savitri untuk menggabungkan peristiwa atau fakta yang dibedakan.</p>
	<p>b. Bentuk Kalimat Penggunaan kalimat di vlog Gita Savitri berbentuk deduktif.</p>
	<p>c. Kata Ganti Penggunaan kata ganti “kita” sebagai representasi objek tempat</p>

	dalam sebuah perspektif masyarakat.
STILISTIK (Bagaimana pilihan kata yang dipakai pada teks)	Leksikon Gita Savitri menggunakan gaya bahasa percakapan yang ringan, yaitu menggunakan bahasa percakapan sehari-hari masyarakat Jakarta, didelingi dengan bahasa gaul, bahasa Inggris dan bahasa Jerman.
RETORIS (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan)	a. Grafis Menggunakan pengulangan-pengulangan kata seperti “nikah-nikah-nikah” & “kapan-kapan-kapan” untuk mempertegas atau menekankan hal yang tidak ia sukai.
	b. Metafora Menggunakan kata-kata bahasa Inggris seperti “ <i>butterfly in the stomach</i> ” untuk memperkuat maksud pesan Gita Savitri pada kalimat ekspektasi tinggi.

Tabel 3.4
Data Struktur Mikro

Agar jelas maksud dari peneliti, berikut adalah potongan kalimat yang terdapat pada struktur mikro:

1. Skematik

a. Latar

“Nah teruus akhirnya gue jadi belajar juga kalo ternyata gak ada kata terlambat, dalam ngerjain apapun yang mau lo kerjain si, soalnya, kan banyak tuh gue dapet e-mail atau misalkan dapet DM dari orang-orang yang seumuran gua, di Indonesia, trus dia baru kuliah

juga karena faktor dan lain-lain hal, pas SMA tuh dia gabisa langsung kuliah, terus kesan yang gua dapatkan mereka tuh kayaakkk (ck *berfikir*) merasa kemunduran gitu lho, merasa kalo itu adalah hal yang gak normal, itu tu yang gua pelajarin selama gua di Jerman ini, selama gue bachelor ini gak ada yang nyuruh lo kuliah itu harus umur sekian dan lulus harus umur sekian itu gak ada, ternyata.” (09:21 – 10:00)

b. Detil

“Aakhirnya gua sadar di dua atau tiga semester akhir ternyata gue bisa *take things slower* gitu, gua bisa lebih pelan-pelan git, nyatanya ya gue lulus-lulus aja gitu, dengan gue yang belajar cuman dua minggu sebelumnya ternyata gua lulus-lulus aja, dengan kemaren gua gak ada ekspektasi atau gue ga ada gimana-gimana banget, pas gue tesis ternyata gue bisa-bisa aja, ngeliat gimana gue di SMA bahkan yang gua sama sekali gak akademis banget gitu, gua cara belajar aja gak ngerti. Trus sekarang bisa lulus di universitas di Jerman, kuliah kiimia murni trus tesisnya di *max plang* di Freie Hamburg Institut itu keren banget gitu. *At least* buat diri gua sendiri, karena *exactly* ekspektasi gua terhadap diri gua itu terlalu kecil sebenarnya.” (04:40 – 05:25)

c. Maksud

“Sama ini si, gua kayak pingin bilang. Buat kalian-kalian yang sekarang lagi butuh motivasi gitu, atau yang lagi ngerjain skripsi, atau yang lagi mentok sama apapun yang kalian kerjain. Lu stress lu terlalu worried, lu terlalu gimana-gimana, ujung-ujungnya lu itu bakal beres-beres juga kok, toh ujung nya akan sama, kenapa gak pas lo mau ngerjain, ya gak usah stress, gak usah terlalu kepikiran. Gua aja bisa, lu juga bisa cuy.” (15:11 – 15:35)

d. Pranggapan

“Dulu sih gua kepikiran gitu, orang-orang nanyain kapan-kapan-kapan, trus akhirnya gue bertanya ke diri gue sendiri, “*kapan ya?*” tapi makin lama gua ngerasa sebenarnya hal-hal itu gak penting buat gua pikirin, yang gua bilang nambah stress yang mestinya tu gak ada. Yang pasti gua selama kuliah ini gua makin tahan banting, makin bisa hmmm nerima apapun yang terkadi, hmm.” (07:52 – 08:09)

2. Sintaksis

a. Koherensi

1) Koherensi Kondisional

“Setelah gue pikir-pikir lagi yang menarik adalah dari gue awal masuk kuliah sampe gue sekarang nih gue berubah banget gitu lho kek selama bachelor ini banyak banget yang gua pelajarin, terlepas dari ilmu kimianya itu sendiri. Kalok dulu itu kan awal-awal itu gua masih di mind set *dimana* gue nanti kalo kuliah trus gua nanti kulaihnya cuman mau tiga tahun doang, gitu-gitu.”

“Selama gua kuliah ini gua juga belajar ahh lebih menikmati prosesnya dibandingin ingin cepet-cepetan, kan kalo dilihat dari *dimana* angkatan gue sekarang, kek mereka sudah gatau mereka udah berkarir, udah punya anak dan udah macem-macem gitu.” (05:26 – 05:38)

“Sementara ada satu moment *dimana* gua ngelewatin itu, ada satu moment dimana gue itu ga ngerti sebenarnya esensi kuliah itu apa.” (06:30 – 06:34)

“Hal-hal kayak gitu *yang* buat gua tu jadi kayak nambah-nambahin *unnecessary pressure*, padahal kuliah di Jerman sendiri itu udah ada *pressure* tersendiri dan udah bikin stress tersendiri, dari

susahnya, dari challenging-nya dan lain-lain." (07:03 – 07:18)

2) Koherensi Pembeda

“Orang Jerman juga gitu rata-rata, mereka itu kuliah *karena* mereka ngerasa ‘udah saatnya gua kuliah’, mereka udah siap buat kuliah.”

“Dan mereka ngerasa kuliah itu adalah sesuatu yang penting buat gua lakuin, kek orang Jerman disini banyak yang mereka *gap year*, *karena* mereka sebelum tau mau kuliah apa, mau berkarir dimana.”

b. Bentuk Kalimat

“Selesaiannya gue nge skripsi ini si sebenarnya lebih ke pembuktian terhadap diri sendiri gue gitu, kan selama ini gua ngerasa gua terlalu pussy banget ke diri gue sendiri. *I was a little bit to hard to my self, especially* karena gua merasa *im not smart, im not German* trus gua harus kuliah dalam bahasa Jerman, gue kayak merasa gue harus berusaha dua kali, tiga kali lebih keras dari pada orang." (03:37 – 04:00)

c. Kata Ganti

“soalnya gua liat-liat ni, kalo di society *kita* pas lo nikah kemudaan atau ketuaan lu tu bakal jadi topik buat di umumin. Karena kalo misalkan nikah kemudaan." (12:32 – 12:43)

3. Stilistik (Leksikon)

“Karena gua mikir, gua bisa berkontribusi dan gue bisa *do good* itu dimana aja dan ke siapa aja, *I see my self as global citizen* yang bisa berkontribusi untuk siapa aja, dimana gua berada, ya disitu gua berkontribusi, kepada siapa aja, kepada merekalah gua melakukan *feedback* positif.”

“Bahkan pas skripsi aja gua mau skripsi kan februari gua mulai, 1 februari, sebelum itu tu gua gak ada

*Erwartung*⁸⁰ atau gua gak punya ekspektasi sama sekali skripsi gua bakal kayak apa, terus kan kalo misalnya gua ngeliat orang-orang yang udah *bachelor thesis* duluan kayaknya oke banget, udah gitu kayaknya stress banget trus kayaknya tuh keren banget gitu, soalnya temanya bagus-bagus, trus yang dikerjain juga udah *wissenschaftlich*⁸¹ banget atau scientific banget."

4. Retoris

a. Grafis

"Banyak gitu orang-orang kayak kapan lulus, kapan ini kapan itu. Dulu sih gua kepikiran gitu, orang-orang nanyain *kapan-kapan-kapan....*" (07:48 – 07:56)

"Gue gamau gue nikah misalnya besok, hanya karena orang-orang itu udah nyuruh gua nikah. "nikah git, nikah-nikah-nikah" atau misalnya gua mikirnya "gua udah mikir 25, lu nikah lah, masak belum nikah-nikah, liat temen lu udah punya anak" gua gak mau kayak gitu." (13:39 – 13:53)

b. Metafora

"Karena, apa ya, kalo gue terlalu *planning* sebenarnya agak-agak unnecessary dan terllalu jauh, *spice* dan *butterfly in the stomach* ketika gua mendapatkan sesuatu itu kayak gak ada gitu, kayak serunya idup itu gada. Itu yang gua rasain." (14:57 – 15:10)

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Temuan Penelitian

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti menemukan beberapa temuan menggukan menganalisis Wacana Model Teun A. Van Dijk, diantaranya; a. Motivasi membangun pemahaman mengenai masa depan, b. Pentingnya membangun motivasi diri sendiri, c. Hambatan membangun motivasi dalam diri, d. Manfaat

⁸⁰ Bahasa Jerman, artinya harapan/ ekspektasi

⁸¹ Bahasa Jerman, artinya ilmiah.

memotivasi diri sendiri, e.Pemahaman tujuan hidup, f.Esensi mencintai diri sendiri.

Analisis ini menemukan temuan yang berfokus pada Nilai Motivasi yang terkonstruksi pada vlog Gita Savitri Devi berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” episode 6.

- a. Konstruksi Nilai Motivasi pada Vlog Youtube Gita Savitri berjudul “setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” Eps. 6.

Pada potongan kalimat di bab sebelumnya pada menit ke 02:51 – 03:36, 03:37 - 04:00, 06:10 – 06:34 di tabel 3.1 ketika Gita Savitri tidak ada ekspektasi untuk mengerjakan skripsinya kala itu, ia berfikir bahwa skripsi itu adalah sesuatu yang oke banget, stress banget, keren banget, temanya harus oke banget, sesuatu yang ilmiah, intinya ia menjabarkan skripsi adalah sesuatu yang berat untuk dikerjakan. Gita Savitri mengatakan bahwa ia sendiri tidak memiliki ekspektasi lebih terhadap dirinya sendiri, ia mengatakan ia tidak pintar, ia bukan orang Jerman sehingga tidak bisa menyelesaikan skripsinya dengan baik, artinya ia berfikir bahwa ia tidak berkompeten untuk mengerjakan tugas akhirnya itu dengan baik. Dan ketika ia memulai sedikit demi sedikit dan akhirnya ia menulis hingga 60 halaman, Gita Savitri mulai memotivasi dirinya sendiri untuk memulai sesuatu-sesuatu yang baru, kemudian ia berusaha dua kali, tiga kali lebih keras dan menaruh ekspektasi tinggi kepada diri sendiri agar dapat menyelesaikannya dengan baik.

Gita Savitri sempat mendapatkan hambatan dari luar ketika mengerjakan skripsi, dilihat dari menit ke 05:26 – 06:00 di tabel 3.1, ketika melihat teman-temannya di Indonesia maupun luar negeri sudah pada berkarir bahkan ada yang sudah berkeluarga ia ingin cepat-cepat menyelesaikan skripsinya. Gita Savitri beranggapan ia sempat mendapatkan *pressure* karena itu, dan akhirnya bisa *handle pressure* dengan belajar dan menikmati prosesnya. Dan semakin

berjalannya waktu Gita Savitri makin fokus mengerjakan dan pada akhirnya selesai karena timbul motivasi dalam dirinya tersebut.

Dalam komentar-komentar dalam youtube Gita Savitri yang membahas kelanjutannya ini, banyak juga yang menyampaikan jika mereka terinspirasi. Dilihat dari bab sebelumnya pada gambar 3.6, seperti potongan kata-kata berikut: “*inspiring*”, “*lo motivasi gue banget kak*”, “*so inspiring banget, thanks git (*emot love)*” “*the words that came out of your mouth are exactly what i needed to hear to keep me going*”, “*Alhamdulillah 16 menitnya ga sia2. Thx ka!*”, “*makasih banyak kak Git inspirasinya*”, “*ini salah satu motivasi gua git*”, “*makasih ya kak git atas video pencerahan ini.*”, dan lain-lain. Terlihat jelas bahwa penyampaian yang Gita Savitri lakukan hanya dengan berbicara di depan kamera, Gita Savitri mampu memberikan motivasi secara tidak langsung kepada para penontonnya.

- b. Analisis Wacana Teun A. Van Dijk: Tematik, Skematik, Semantik, Sintaksis, Stilistik, Retoris, Kognisi Sosial dan Konteks Sosial pada Vlog Youtube Gita Savitri “Setelah S1, What’s Next?”.

Struktur Makro (TEMATIK)

Uraian sebuah tema atau topik dalam dimensi teks dapat dilakukan dengan menyebutkan kalimat yang diutarakan pada teks. Dipotongan kalimat derik ke 00:01 – 00:27 pada bab sebelumnya, kalimat-kalimatnya mendukung topik pembicaraan. Gita Savitri hanya ingin menceritakan jika ia sudah mengumpulkan skripsiannya dan hanya menunggu sidang. Bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya, pengalaman apa yang ia dapatkan ketika mengerjakan skripsinya dan tentu saja apa yang akan ia lakukan selanjutnya ketika sudah mnedapatkan gelar S1 Kimia Murninya.

Superstruktur (SKEMATIK)

a. Pendahuluan

Di awal vlog Gita Savitri membahas mengenai bagaimana cara ia menyelesaikan dan menyeter skripsinya, dari tanggal *deadline*, *review* ulang skripsi agar tidak ada kesalahan-kesalahan. Kemudian menceritakan bagaimana kerennya kampus Gita Savitri di Jerman, dimana mahasiswanya bisa melakukan aktifitas untuk menge-*print* sendiri, menjilid sendiri, fotocopy sendiri dan semuanya gratis.

b. Isi

Dalam vlognya yang berdurasi sekitar 16 menit ini ternyata banyak pembahasan yang cukup menarik bagi peneliti, tidak hanya membahas pengalaman dan cara mengerjakan skripsi seperti yang ia katakan pada pembukaan vlognya, namun ia juga membahas diantaranya: Gita Savitri membahas pelajaran yang dapat diambil dan bagaimana perasaannya ketika mengerjakan skripsi yang ternyata tidak sesusah yang ia bayangkan, ini adalah awalan bagus untuk menyeleraskan isi dengan judulnya.

Kemudian ia membagikan pengalaman bagaimana cara memotivasi diri sendiri hanya dengan menceritakan bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya. Tidak hanya dengan pengalaman dan perasaan yang baik-baik saja yang kemudian ia bisa sampaikan dalam vlog tersebut, ia juga menyampaikan hambatan apa yang ia hadapi ketika mengerjakan skripsi. Selanjutnya Gita Savitri menceritakan bagaimana cara memotivasi diri sendiri untuk mengerjakan skripsinya dan akhirnya skripsi bisa terselesaikan dengan cara yang ia dapatkan dari pengalamannya.

Namun pada menit ke 07:19 – 08:44 Gita Savitri secara tidak langsung menceritakan hambatan, solusi, pengalaman dan pelajaran yang didapatkan Gita Savitri ketika ia berkuliah di Berlin. Setelah ia berkuliah di Berlin dan membuat vlog youtubanya, Gita Savitri mendapatkan hambatan dari masyarakat Indonesia yang lumayan banyak dijumpai dalam

sesi tanya jawab yang ia lakukan pada akun instagram maupun youtubenya. Kemudian ia memceritakan bagaimana cara menghadapi hambatan dan bagaimana cara menangani *toxic negative* dari opini masyarakat.

Kemudian ia membagikan pengalamannya sendiri mengenai bagaimana cara membangun/ memotivasi identitas diri sendiri dan opini serta pengalaman yang ia dapatkan mengenai apa tujuan kuliah sebenarnya.

Dan hampir pada akhir video Gita Savitri kemudian baru menceritakan rencana apa yang akan ia ambil setelah mendapatkan gelar S1 sesuai dengan judul yang ia tampilkan pada vlog ini yaitu “Setelah S1, What’s Next?”. Kemudian ia lanjutkan dengan membahas opininya mengenai esesnsi menikah yang terbesit dalam pikitan Gita Savitri itu seperti apa. Dan terakhir sebelum penutup Gita Savitri menceritakan opininya mengenai apa arti tujuan hidup yang sebenarnya bagi Gita Savitri.

c. Penutup

Pada akhir vlognya Gita Savitri mengajak penonton untuk mencintai diri sendiri, untuk mengerti esensi memotivasi diri sendiri itu penting. Hambatan apapun yang terjadi tidak utuk di pikirkan, mengajak berusaha demi mendapatkan tujuan yang dicapai namun untuk tidak terlalu keras kepada diri masing-masing. Ketika mengerjakan sesuatu hendaknya ber tawakkal kepada Allah SWT, karena segala sesuatu terjadi karena kehendak Allah SWT asalkan kita mau berusaha.

Struktur Mikro

SEMANTIK

a. Latar

Menekankan bahwa Gita Savitri adalah seorang mahasiswi di Jerman, ia mendapatkan banyak pelajaran yang dapat ia ambil ketika berkuliah disana. Termasuk bisa memiliki pikiran yang luas, yang kemudian ia salurkan

melalui akun youtube dan salah satunya dalam video “Setelah S1, What’s Next?” ini. Gita Savitri mengatakan bahwa ia banyak mempelajari segala hal ketika di Jerman, dan mungkin tidak bisa ia temukan jika ia kuliah di Indonesia. Tinggal di Jerman membuatnya dikenal banyak orang seperti saat ini.

b. Detil

Gita Savitri menceritakan bagaimana cara agar mendapatkan motivasi dari diri sendiri, agar dapat mengerjakan skripsi dengan baik. Karena pada dasarnya Gita Savitri mengatakan di bab sebelumnya bahwa ia tidak memiliki ekspektasi yang besar terhadap dirinya. Dan ternyata benar ketika motivasi dalam diri sendiri itu besar, maka Gita Savitri mudah saja untuk menyelesaikan kuliahnya di Jerman.

c. Maksud

Mengajak penonton untuk tidak berekspektasi kecil kepada diri sendiri, segala sesuatu bisa di kerjakan dengan mudah asalkan ada kemauan besar atau motivasi dalam diri sendiri. Diawal vlog Gita Savitri hanya ingin menceritakan bagaimana pengalamannya ketika sedang mengerjakan skripsi. Namun pada akhir vlog Gita Savitri memberi saran kepada penonton terkhusus yang sedang melakukan penelitian akhir, jangan terlalu mencemaskan terlalu berlebihan, semua bisa dilakukan asalkan tidak stress dan tidak *overthinking*. “*Gua aja bisa, lu juga bisa cuy*”.

d. Pranggapan

Gita Savitri memberikan pernyataan atas pertanyaan yaitu bagaimana mengatasi hambatan untuk memotivasi diri sendiri. Ia menekankan pada menit ke 07:52 – 08:09 yang sudah peneliti jabarkan pada video sebelumnya, bahwa ia sempat kepikiran kepada pertanyaan keluarga maupun masyarakat mengenai kapan Gita Savitri lulus? Nah di menit tersebut Gita Savitri menjabarkan alasannya, bahwa hal seperti ini jika dipirkan akan menambah stress, buang-buang

waktu yang mestinya itu tidak ada. Dan Gita Savitri semakin dewasa semakin mengerti untuk memilah mana hal yang perlu di jadikan perbaikan diri, mana yang harus dibuang.

SINTAKSIS

a. Koherensi

1) Koherensi Kondisional

Dialog menggunakan kata hubung konjungsi “yang” dan “dimana” dapat di jumpai pada potongan kalimat yang peneliti jabarkan pada bab sebelumnya. Dalam potongan tersebut kata “dimana” bukan menunjukkan suatu tempat yang dikunjungi, akan dikunjungi atau tidak dikunjungi. Namun, kata “dimana” hanya sebagai kata hubung untuk menjelaskan kalimat berikutnya atau anak kalimat. Kata “yang” yang peneliti temukan juga sama, tidak memiliki arti, hanya sebagai kata penghubung untuk menjelaskan kalimat berikutnya..

2) Koherensi Pembeda

Penggunaan kata hubung “karena” juga banyak digunakan Gita Savitri untuk menggabungkan peristiwa atau fakta yang dibedakan. Kata “karena” banyak dijumpai dalam kalimat vlog yang Gita Savitri utarakan, salah satunya peneliti jabarkan pada bab sebelumnya. Gita Savitri mengatakan jika orang Jerman rata-rata pemikirannya tentang kuliah beda dengan orang Indonesia, orang Jerman akan kuliah karena sudah saatnya kuliah, karena mereka merasa sudah siap untuk kuliah, bukan karena mencari gelar semata.

b. Bentuk Kalimat

Penggunaan kalimat di vlog Gita Savitri berbentuk deduktif. Karena pada potongan kalimat yang peneliti uraikan pada bab sebelumnya. Gita Savitri menjelaskan intinya terlebih dahulu bahwa dia mengerjakan skripsi untuk pembuktian kepada diri sendiri. Kemudian, ia baru menambahkan pada kalimat selanjutnya bahwa selama ini dia merasa *pussy* ke diri sendiri, terlalu memikirkan hal-hal yang

menambah kecemasan ketika ingin mengerjakan skripsi, ia merasa tidak pintar karena bukan orang Jerman, dan ia berusaha lebih keras dari pada orang lain.

c. Kata Ganti

Penggunaan kata ganti “kita” sebagai representasi objek tempat dalam sebuah perspektif masyarakat. Kata “Kita” merupakan jamak dari kata “aku”, dalam potongan kalimat yang peneliti jabarkan pada bab sebelumnya adalah kata ganti untuk masyarakat Indonesia.

STILISTIK (Leksikon)

Gita Savitri menggunakan gaya bahasa percakapan yang ringan, yaitu menggunakan bahasa percakapan sehari-hari masyarakat Jakarta, didelingi dengan bahasa gaul, bahasa Inggris dan bahasa Jerman. Bahasa gaul yang dapat di rangkum dalam jabaran di bab sebelumnya seperti “gue”, “gua”, “lu”. Bahasa Inggris seperti “do good”, “feedback”, “bachelor thesis”, “I see my self as global citizen”. Bahasa Jerman seperti “Erwartung” dan “wissenschaftlich”.

RETORIS

a. Grafis

Menggunakan pengulangan-pengulangan kata seperti “nikah-nikah-nikah” & “kapan-kapan-kapan” untuk mempertegas atau menekankan hal yang tidak ia sukai. Gita Savitri menggunakan kata-kata pengulangan agar mencolok dalam sebuah percakapannya, dan sebagai strategi kepada penonton bahwa ia tidak suka ditanya hal-hal yang seperti itu, karena itu merupakan hal-hal yang sensitif bagi Gita Savitri.

b. Metafora

Menggunakan kata-kata bahasa Inggris seperti “*butterfly in the stomach*” untuk memperkuat maksud pesan Gita Savitri pada kalimat ekspektasi tinggi. Dalam kata-kata bahasa Inggrisnya ini mengandung majas metafora, dalam potongan kalimat pada jabaran di bab sebelumnya. Gita Savitri tidak

terlalu merencanakan hal-hal apa yang harus ia lakukan untuk kedepannya, karena tidak ingin berekspektasi tinggi dan menurutnya serunya hidup tidak akan dia rasakan jika terlalu direncanakan.

2. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Konfirmasi temuan dengan teori merupakan cara peneliti mengaitkan hasil temuan dengan teori konstruktivisme. Dengan konsep konstruksi nilai motivasi dalam vlog youtube Gita Savitri yang berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” episode 6.

Adapun asumsi dari teori ini adalah sebagai berikut:

- a) ***Person-Centered Message***. Jesse Delia mengungkapkan bahwa *Person-Centered Message* sebagai pesan yang secara refleksi dan adaptasi pada subyek, afeksi dan aspek hubungan dari konteks komunikasi. Dilihat pada vlog Gita Savitri yang berjudul “Setelah S1, What’s Next ini” ada karena pengalaman Gita yang secara tidak langsung dapat memotivasi penontonnya. Terlihat pada struktur makro, terdapat uraian sebuah tema atau topik dalam dimensi teks dapat dilakukan dengan menyebutkan kalimat yang diutarakan pada teks. Dipotong kalimat detik ke 00:01 – 00:27 pada bab sebelumnya, kalimat-kalimatnya mendukung topik pembicaraan.

Gita Savitri hanya ingin menceritakan jika ia sudah mengumpulkan skripsinya dan hanya menunggu sidang. Bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya, pengalaman apa yang ia dapatkan ketika mengerjakan skripsinya dan tentu saja apa yang akan ia lakukan selanjutnya ketika sudah mnedapatkan gelar S1 Kimia Murninya. Dengan topik diatas Gita Savitri secara tidak langsung membangun pesan motivasi. Semua itu ia refleksi karena ingin membagikan pikiran yang dapatkan setelah melakukan sidang S1. *Constructivist* mengungkapkan bahwa *Person-Centered*

Message ditujukan pada kompleksitas kognitif itu benar adanya.

b) **Desain Pesan Logis**

Terdapat tiga macam Desain Pesan Logis, diantaranya:

- 1) ***Expresive Desain Logic***, yaitu bahwa bahasa merupakan media untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan. Mereka hanya berpikir dan merasakan yang lainnya akan mengetahui apa yang mereka pikirkan dan rasakan. Didalam vlog Gita Savitri segmen beropini dapat di temukan jika ia gemar mengekspresikan pikirannya, salah satunya mengenai pemahaman *fresh graduated* yang masih menentukan masa depannya. Video ini sudah menjadi episode 6 dari 30 video beropini Gita Savitri. Ia juga menggunakan bahasa yang santai dalam video “Setelah S1, What’s Next?” diketahui dalam struktur mikro yang peneliti temukan pada bab diatas, ini membuktikan jika bahasa merupakan media untuk mengekspresikan pikiran dna perasaan.
- 2) ***Conventional Design Logic***, yaitu bahwa komunikasi merupakan permainan secara bersama, sesuai pada hukum-hukum dan prosedur sosial konvensional. Diketahui Gita Savitri membuat akum youtubnya untuk membuat konten yang berfaedah, tentunya harus memiliki banyak komunikan (*subscriber*) jika video yang Gita Savitri buat tidak ada yang menonton, komunikasi tidak bisa dikatakan sebagai permainan bersama.
- 3) ***Rhetorical Design Logic***, yaitu komunikasi merupakan kreasi dan negosiasi dari pribadi sosial dan situasi yang ada. Artinya ketika seseorang menyampaikan gagasannya mereka mengungkapkan kenyataan-kenyataan sosial yang ada. Di temukan dalam struktur mikro, superstruktur dan struktur makro jika Gita

Savitri selalu membagikan opini atau ceritanya sesuai dengan kenyataan yang ada, sesuai dengan apa yang ia alami.

Terungkap ketika ia bingung apa yang akan ia lakukan ketika lulus S1, ketika ia sudah menemukannya kemudian ia membagikan kepada masyarakat khususnya *subscriber* youtubanya agar bermanfaat untuk banyak orang.

Prinsip konstruktivisme menyatakan bahwa situasi emosi atau alasan merupakan konstruksi dari situasi yang mempengaruhi individu. Misalnya emosi bukanlah reaksi yang muncul begitu saja. Emosi dimaknai dan dikemukakan sesuai dengan aturan yang sudah dipelajari dalam interaksi sosial dengan orang lain. Faktor lain yang mempengaruhi proses komunikasi berbasis diri adalah konsep tentang tujuan. Setiap individu dalam interaksinya selalu berusaha untuk memajemen tujuan. Tujuan itu bisa bersifat instrumental (seperti mengajak atau memberitahukan seseorang) dan relasional (mendukung penampilan seseorang, menunjukkan pesona diri).

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti mengenai konstruksi nilai motivasi ditemukan; a. Motivasi membangun pemahaman mengenai masa depan, b. Pentingnya membangun motivasi diri sendiri, c. Hambatan membangun motivasi dalam diri, d. Manfaat memotivasi diri sendiri, e. Pemahaman tujuan hidup, f. Esensi mencintai diri sendiri. Vlog Gita Savitri Devi “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” episode 6 dengan menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk dengan mengamati dimensi teks, dengan cabang struktur mikro, superstruktur dan struktur mikro, dimensi kognisi sosial dan dimensi konteks sosial.

Dalam 3 struktur dimensi teks tersebut terdapat 6 elemen; peneliti menemukan tema atau topik yang secara tidak langsung dibahas Gitasav pada awal video pembuka yaitu ia menceritakan secara singkat bagaimana ia menyelesaikan skripsinya, dan pada pembahasan tersebut ditemukannya struktur **makro (tematik)**.

Selanjutnya peneliti menemukan **superstruktur (skematik)**, pertama; superstruktur pendahuluan yang berisi bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya, pengalaman apa yang ia dapatkan ketika mengerjakan skripsinya dan tentu saja apa yang akan ia lakukan selanjutnya ketika sudah mnedapatkan gelar S1 Kimia Murninya.

Kedua isi; ditemukan 1)Membahas Pelajaran, Pengalaman dan Perasaan ketika mengerjakan skripsi, 2)Cara memotivasi diri sendiri dengan menceritakan bagaimana cara ia menyelesaikan skripsinya, 3)Hambatan mengerjakan skripsi, 4)Manfaat memotivasi diri sendiri untuk mengerjakan skripsinya dan akhirnya skripsi bisa terselesaikan, 5)Hambatan, Solusi, Pengalaman dan Pelajaran yang didapat ketika Gita Savitri berkuliah di Berlin, 6)Hambatan dan Cara menangani *toxic negative* dari opini masyarakat, 7)Cara membangun/

memotivasi identitas diri sendiri, opini dan pengalaman Gita Savitri mengenai kuliah, 8) Rencana Gita Savitri setelah S1, 9) Opini Gita Savitri mengenai esesnsi menikah, 10) Opini Gita Savitri mengenai tujuan hidup.

Ketiga penutup; Gita Savitri mengajak penonton untuk mencintai diri sendiri, dan untuk mengerti esensi memotivasi diri sendiri itu penting. Pada ketiga pembahasan yang terdapat pada superstruktur peneliti sudah menemukan bagaimana nilai motivasi terbagun atau terkonstruksi pada vlog Gita Savitri yang berjudul “Setelah S1, What’s Next?” segmen “Beropini” episode 6.

Pada struktur mikro dibagi menjadi 4 pembahasan, yang pertama **semantik** (Latar, Detil, Maksud dan Peranggapan); peneliti menemukan Latar bahwa ia adalah mahasiswi lebih tepatnya alumni Universitas di Jerman, kemudia pada Detil Gita Savitri menceritakan bagaimana cara agar mendapatkan motivasi dari diri sendiri, lalu Maksud ditemukan adanya maksud untuk engajak penonton agar tidak berekspektasi kecil kepada diri sendiri, dan terakhir Peranggapan Gita Savitri memberikan pernyataan atas pertanyaan yaitu bagaimana mengatasi hambatan untuk memotivasi diri sendiri. Pada semantik peneliti menemukan temuan yang lebih jelas bagaimana nilai motivasi dibangun melalui vlognya.

Kemudian, peneliti menemukan **sintaksis**, pada struktur ini terdapat 3 pembahasan (Koherensi, Bentuk Kalimat dan Kata Ganti). Yang pertama koherensi, terdapat 2 koherensi yaitu; koherensi kondisional, penggunaan kata hubung konjungsi “yang” dan “dimana” dapat dijumpai dalam kalimat yang di pakai Gita Savitri dalam video ini. Dan selanjutnya koherensi pembeda, penggunaan kata hubung “karena” banyak digunakan Gita Savitri untuk menggabungkan peristiwa atau fakta yang dibedakan.

Yang kedua, bentuk kalimat yang digunakan pada vlog Gita Savitri tersebut adalah berbentuk deduktif. Dan yang ketiga adalah kata ganti, peneliti menemukan penggunaan kata ganti

“kita” sebagai representasi objek tempat dalam sebuah perspektif masyarakat.

Peneliti juga menemukan **stilistik (leksikon)**, Gita Savitri menggunakan gaya bahasa percakapan yang ringan, yaitu menggunakan bahasa percakapan sehari-hari masyarakat Jakarta, didelingi dengan bahasa gaul, bahasa Inggris dan bahasa Jerman.

Dan terakhir **retoris**, peneliti menemukan bagaimana cara penekanan yang dilakukan pada video Gitasav. Retoris dibagi menjadi 2 pembahasan, yaitu grafis dan metafora. Pada grafis peneliti menemukan Gita Savitri menggunakan pengulangan-pengulangan kata seperti “nikah-nikah-nikah” & “kapan-kapan-kapan” untuk mempertegas atau menekankan hal yang tidak ia sukai. Kemudian metafora ditemukan penggunaan kata-kata bahasa Inggris seperti “*butterfly in the stomach*” untuk memperkuat maksud pesan Gita Savitri pada kalimat ekspektasi tinggi.

Penggunaan vlog sebagai media penyampaian motivasi membuktikan bahwa motivasi dapat mempengaruhi penonton yang melihat secara tidak langsung. Penyampaian vlog seperti ini membuat kesan lebih akrab dengan audiens karena isinya yang ringan seperti memuat tentang cerita sehari-hari, namun tetap bisa membuat orang tertarik untuk berdiskusi.

B. REKOMENDASI

Semoga dengan adanya penelitian ini bermanfaat bagi sesama, penelitian ini terbatas pada teori konstruktivisme, teori konstruktivisme yang meneliti kaji belum terlalu mendalam, seperti macam-macam konstruktivisme dan efek komunikasinya. Ada baiknya peneliti selanjutnya melakukan penelitian yang lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Badara, Aris. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012.
- Baryadi, P.. *Dasar-dasar Analisis Wacana dalam Ilmi Bahasa*. Yogyakarta: Pustaka Gondhosuli. 2002.
- Daulay, Nurussakinah. *Pengantar Psikologi dan Pandangan Al-Qur'an tentang Psikologi*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2005.
- Effendi, Onong Uchjana. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju. 1989.
- Effendi, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2002.
- Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS. 2001.
- Kadarisman. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2012.
- McQuail, Denis. E-Book *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar: diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram*, diakses pada goodreads.com. Jakarta: Penerbit Erlangga. 1987.
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2007.
- Nawawi, Hadari. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2005.

- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 2007.
- Partanto, Pius A., Al Barry dan M. Dahlan. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arloka. 1994.
- Schiffrin, D.. *Ancangan Kajian Wacana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007.
- Soekarto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press. 2009.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2009.

ARTIKEL ILMIAH DAN JURNAL

- Ellyawati, Hetty Catur. “*Analisis Wacana Kritis Teks Berita Kasus Terbongkarnya Perlakuan istimewa terhadap Terpidana Suap Arthalyta Suryani Pada Media Online*”. Diakses dari <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/26>, pada hari senin, 12 Juni 2017 pukul 22.24 WIB.
- Fuady, M. E.. *Surat Kabar Digital sebagai Media Konvergensi di Era Digital*. Jurnal Mediator Vol.2 No.1. 2002.
- Kuncoro, Amelia Murti, dkk. “*Vlogger Sebagai Saluran Menuju Generasi Milenial Produktif Indonesia*”. Artikel Ilmiah Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- Kadji, Yulianto. “*Tentang Teori Motivasi*”. Jurnal Inovasi, Vol. 9 No.1, ISSN. 1693-9034. Maret 2012.
- Kuntoro. “*Analisis Wacana Kritis Teori Van Dijk Dalam Kajian Teks Media Massa*”. Jurnal Nasional Leksika: Jurnal

Bahasa, Sastra dan Pengajarannya, Vol. 2 No.2, e-ISSN: 2620-4037, 2018.

Prianto, Andi, “*Analisis Wacana Berita Kriminal di Surat Kabar Pekanbaru Pos (Edisi November 2009)*”. (Skripsi Program Strata Satu Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2010).

Puspita, Yesi. “*The Usage of New Media to Simply Communication and Transaction of Gay prostitute*”. Jurnal Nasional, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas. Tanggal 9 November 2015.

Wati, Kasmila, “*Analisis Wacana Pemberitaan Pemilihan Presiden Tahun 2014 Di Harian Pagi Riau Pos*”. (Skripsi Program Strata Satu Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2016).

SKRIPSI

Cita, Nurus Safitri Farikha. “*Dakwah Melalui Vlog*”. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Tahun 2019.

YOUTUBE

Cuplikan Talkshow Indonesia Morning Show NET TV Episode “*Talkshow With Gita Savitri Devi, Kenalkan Islam Melalui Media Sosial*”. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=cRAdS8LjA1g>, pada tanggal 16 April 2019.

Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*GRWM: Youtube Creators for Change Summit 2018 I Videonya Gita eps.10*” pada segmen Videonya Gita (Vlog) diakses pada tanggal 25 Januari 2018

Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*Kartu kuning, guru VS murid, kenapa nge YouTube, dll I QnA*” pada segmen Q&A diakses pada tanggal 10 Maret 2018

Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*Kenapa Menikah?*” pada segmen Q & A diakses pada tanggal 21 Agustus 2018

Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*Kuliah di Jerman I STORY*” pada segmen Tentang Jerman diakses pada tanggal 26 Juni 2016.

Cuplikan Vlog di Youtube Gita Savitri Devi berjudul “*Too Frequently Asked Questions*” pada segmen Q & A diakses pada tanggal 7 Desember 2018

INTERNET

Akbar, Siti Nur Azizah Fitriani. “*10 Channel YouTube Inspiratif Buat Millenials*”. Diakses dari <https://www.idntimes.com>, pada tanggal 21 April 2019.

Arti kata Blog, Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/blog>, diakses 11 Oktober 2018.

Arti kata Vlog, Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/vlog> diakses pada tanggal 15 Februari 2019.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Nilai_sosial. Diakses pada tanggal 19 November 2019.

Maulida, Lely. “*Popularitas Youtube hampir salip TV di Indonesia*”. Diakses dari www.tek.id, pada tanggal 09 Mei 2018.

Nural. What’s On. 2017

Widiartanto, Yoga Hastyadi. *“Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta.”* Diakses dari www.tekno.kompas.com, pada tanggal 24 Oktober 2016.

Wolipop. *“25 Vlogger Wanita Indonesia Inspiratif”*. Diakses dari <https://wolipop.detik.com>, pada tanggal 21 April 2019.

Yulistara, Arina. *Mengenal Gita Savitri Devi, YouTuber Inspiratif yang Cantik Mirip Aktris Korea.* Diakses dari Wolipop Lifestyle. Pada tanggal 9 Agustus 2017.



LAMPIRAN KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. A. Yani 117 Surabaya, Kode Pos 60237, Telp. (031) 8437987
Fax. (031) 8482245 e-mail: fdk@uinsby.ac.id

MAHASISWA

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Meldia Simi NIM : 006216020
Pembimbing : Rahmat Harianto, S.P., M. Med. Kom Program Studi : Ilmu Komunikasi

NO.	TANGGAL	MATERI	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	19/11/2019	Pengajuan judul	
2.	24/11/2019	Konsultasi latar belakang dan rumusan masalah	
3.	1/10/2019	Konsultasi bab I, dan bab II	
4.	7/10/2019	Konsultasi Revisi bab I	
5.	20/11/2019	Konsultasi bab II bagian pustaka	
6.	2/12/2019	Konsultasi revisi bab II dan III	
7.	3/12/2019	Konsultasi bab III dan IV	
8.	4/12/2019	Konsultasi bab I - V	
9.	6/12/2019	Konsultasi bab IV	
10.	9/12/2019	Konsultasi bab IV	
11.			
12.			

Judul Skripsi:

Catatan:
Proses Pembimbingan Skripsi
sekarang-kurangnya 8 (delapan) kali konsultasi

Surabaya, 11 Des 2019
.....
Dosen Pembimbing

Rahmat Harianto
NIP. 19720504 20070301004

LAMPIRAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

Hari / Tanggal : Senin, 16 Desember 2019
Nama Mahasiswa : Lizza Nadiya Alfariyana
NIM : B06216019
Judul Skripsi : Konstruksi Nilai Motivasi dalam Vlog Youtube Cita Savitri "Setelah st. what's Next?" Beropini Ep.6 (Analisis Wacana Teun A. van Dijk)

Catatan Perbaikan :

1. Latar belakang belum menjelaskan kenapa memilih Gitasari & kenapa memilih vlog Beropini "Setelah st. what's Next?" Ep.6.
2. Cara ejaan cara penulisan ilmiah.
3. Kajian teori, harus bisa bedakan mana analisis sebagai wacana, mana teori seba wacana sebagai teori
4. Temuan penelitian : Temuan ditulis dan dianalisis.
5. Ubah ke panduan baru.

Keterangan :

Yang bersangkutan telah melaksanakan ujian skripsi dan dinyatakan LULUS / ~~TIDAK LULUS~~. Bagi yang LULUS diberikan kesempatan untuk revisi selama 4 hari terhitung mulai tanggal 16 Desember 2019 sampai 20 Desember 2019.

Surabaya, 16 Desember 2019

Tim Penguji Skripsi,

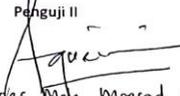
Penguji I


Rahmad Harianto, S.IP, M.Med.Kom
NIP. 197805092007101004

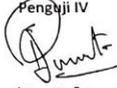
Penguji III


Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP. 197911242009121001

Penguji II


Dr. Agdes Moh. Moefad, SH, M.Si
NIP. 197008252005011004

Penguji IV


Pardianto, S.Ag., M.Si
NIP. 197306222009011004

BIOGRAFI PENELITI

Nama Lengkap : Lizza Nadiya Elfariyana
NIM : B06216019
Tempat, Tanggal Lahir : Denpasar, 1 Juni 1998
Alamat rumah : Jl. Gunung Bromo XIA No.21,
Denpasar-Bali
Agama : Islam
Jenis kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
No. Telepon : 087794045563
E-mail : lizza.nadiyana01@gmail.com
Pendidikan Sebelumnya : MAN 1 Jembrana- Bali
Judul Skripsi : Konstruksi Nilai Motivasi dalam
Vlog Youtube Gita Savitri “Setelah
S1, What’s Next?” Beropini Ep.6
(Analisis Wacana Model Teun
A.Van Dijk)

Surabaya, 13 Desember 2019

Peneliti,



Lizza Nadiya Elfariyana