

# PEMANFAATAN CHANNEL YOUTUBE “PRAZ TEGUH” SEBAGAI PEMENUH HIBURAN BAGI SUBSCRIBER

Agung Darmawan

[agungdasars@gmail.com](mailto:agungdasars@gmail.com)

Dr. Umaimah Wahid, M.Si

[umaimah.wahid@budiluhur.ac.id](mailto:umaimah.wahid@budiluhur.ac.id)

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

## ABSTRACT

### THE UTILIZATION OF YOUTUBE PRAZ TEGUH CHANNEL AS AN ENTERTAINMENT-FILLING MEDIA

*This study aims to determine the use of Praz Teguh's YouTube channel as a medium for fulfilling entertainment for subscribers. By using a qualitative approach. The problem of this research is how to use the YouTube channel Praz Teguh as a medium of fulfilling entertainment for subscribers. This research approach is a qualitative approach. This research method uses a case study method. The subjects of this research are YouTube users who subscribe to the Praz Teguh channel. The object of this research is the YouTube channel Praz Teguh as a medium for entertainment fulfillment. The research theory used by researchers is the theory of Computer Mediated Communication (CMC) which is divided into three parts of Cyberspace, Cybersociety, and Cyberculture. The results of this study are that YouTube users who subscribe to the Praz Teguh channel use Praz Teguh as a source of entertainment, in addition, by using the theory of Computer Mediated Communication, the researchers found that in addition to the YouTube channel subscriber, Praz Teguh uses YouTube as a source of entertainment and information. Researchers also found that the social interactions that occurred in the comments column of the YouTube channel Praz Teguh's, with various content that adjusted to the needs of the YouTube channel subscribers also formed groups based on the same likes, hobbies and interests.*

**Keywords:** social media, Youtube, Information, Entertainment

---

## PENDAHULUAN

Media massa adalah medium atau sarana yang digunakan dalam proses komunikasi massa. Media massa terbagi menjadi periodik dan non periodik, media massa periodik berupa elektronik seperti televisi dan radio, film, internet. (Morissan, 2013: 12).

Namun sekarang teknologi informasi dan komunikasi sudah berkembang pesat seiring perkembangan zaman, dimana sebelumnya media yang digunakan berupa media elektronik seperti televisi dan radio, sekarang beralih ke media berbasis internet karena segala keunggulannya media berbasis

internet memudahkan kita untuk mengakses informasi.

Media baru atau *new media* adalah media yang baru hadir dan dikembangkan, media baru lebih memudahkan pemakainya untuk mendapatkan atau menyampaikan informasi, hadirnya media baru juga merubah perilaku masyarakat yang menggunakannya.

Internet saat ini sudah menjadi kebutuhan. Menurut riset platform manajemen media sosial *HootSuite* dan agensi marketing sosial *We Are Social* bertajuk "*Global Digital Reports 2020*", hampir 64 persen penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet.

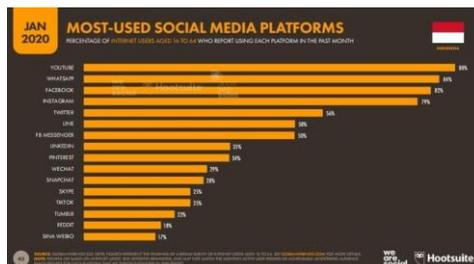


Sumber : *We Are Social* dan *Hootsuite*

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa dari 272,1 juta jiwa populasi masyarakat di Indonesia penggunaan internet dengan jumlah 175,4 juta jiwa, dan pengguna media sosial sebanyak 160 juta jiwa, data di atas juga menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia sudah banyak yang sadar tentang internet dan peran media sosial dalam pertukaran informasi yang dibutuhkan.

Indonesia menduduki posisi delapan dalam daftar negara paling lama menghabiskan waktunya berselancar internet. Pencapaian ini sebenarnya 'menurun' dibandingkan tahun lalu, yang kala itu Indonesia berada di peringkat lima. Pandemi yang sedang terjadi hingga saat inilah yang menjadi salah satu faktor penyebab penurunan dalam daftar negara paling lama menghabiskan waktunya dengan internet.

Menurut riset *platform* manajemen media sosial *HootSuite* dan agensi *marketing* sosial *We Are Social*, *youtube* adalah sosial media yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sebagaimana gambar dibawah ini



sumber : *We Are Social* dan *Hootsuite*

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa tercatat 88% orang Indonesia yang menggunakan media sosial *YouTube*. Ini artinya, dari 150 juta pengguna media sosial di Indonesia, sekitar 132 juta orang sudah menggunakan *YouTube*. Disusul dengan *whatsapp* sebanyak 84% dan *facebook* 82%.

*YouTube* dikenal dengan slogan: *Broadcast Yourself*, yang merupakan situs video *sharing* yang menyediakan berbagai informasi berupa *audio-visual*. Dan menurut menurut riset *platform* manajemen media sosial *HootSuite* dan agensi *marketing* sosial *We Are Social*, informasi yang paling banyak dicari diantaranya adalah lagu, *film*, dan lucu. Sebagaimana gambar dibawah ini :



sumber : Sumber : *We Are Social* dan *Hootsuite*

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa informasi yang paling banyak dicari melalui *Youtube* adalah konten-konten terkait dengan musik, Indonesia, *film*, dan lucu atau komedi, yang berarti kebutuhan akan hiburan dan informasi di Indonesia sangat tinggi.

*Channel YouTube* telah semakin menjadi menarik & menghibur dengan semakin banyaknya artis menjai *content creator* atau *channel* yang kreatif, seperti raditya dika, ria ricis dll. Salah satunya seniman atau komedian yang sukses didunia *youtube* adalah praz teguh . *Channel* Praz Teguh adalah *channel* hiburan komedi yang dimana merupakan salah satu kategori dengan peminatnya yang tinggi, berdasarkan pada gambar 1.3, lucu atau bisa disebut komedi menempati informasi yang paling banyak dicari ke 6 di *youtube*.

Praz teguh merupakan seniman yang mulai dikenal pada saat mengikuti ajang *Stand Up Comedy* Suci 4 di Kompas Tv pada tahun 2014, selain itu juga praz Pras juga memulai

karir sebagai seorang *Youtuber* pada tahun 2016 dan dikenal dengan programnya yang bertajuk "*Pacah Paruik*". *Pacah Paruik* sendiri merupakan Bahasa *minang* yang berarti "Pecah Perut". Melalui *Youtube* Pras sebagai orang *Minangkabau*, ingin mengenalkan budaya *Minangkabau* sendiri ke seluruh nusantara melalui media komedi, dengan slogannya "*Minangkan Indonesia*".

Sebagai *youtuber* yang memiliki 422 ribu *subscriber* dan sudah mendapatkan *viewers* atau penonton lebih dari 1000 Praz termasuk *youtuber* yang sukses dan sudah mendapatkan honorarium, dikutip dari (Theoldman, 2011) bagi siapapun yang mengunggah videonya ke *youtube* dan mendapatkan minimal 1000 *viewers* atau penonton maka akan diberikan honorarium.

*Channel youtube* PrazTeguh sukses dengan memiliki 422 ribu *subscriber* dan akan semakin bertambah. *Subscriber* atau pengguna *youtube* yang berlangganan ke *channel* PrazTeguh akan mendapatkan notifikasi ketika Praz telah mengupload video baru. Banyaknya *subscriber* yang didapatkan *Channel* PrazTeguh bisa dikatakan sebagai simbol kesuksesan *channel* ini, untuk mendapatkan banyak *subscriber* tentu harus memiliki strategi tersendiri, dan tentu setiap pengguna *youtube* mensubscribe suatu *channel* berdasarkan kesukaan, minat, hobi dan lain – lain, sesuai kebutuhan. Sama halnya dengan para *subscriber channel youtube* PrazTeguh. Yang pada akhirnya para *subscriber* memanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi.

Dalam hal ini peneliti memfokuskan penelitian kepada *channel youtube* PrazTeguh, karena *channel youtube* PrazTeguh memuat berbagai macam konten hiburan yang di sajikan Praz dalam *channel youtubanya*, sebagai pembeda, Praz menggunakan Bahasa *minang* dalam *channel youtubanya* sehingga pengguna *youtube* khususnya *subscriber channel youtube* PrazTeguh mendapatkan kebutuhan hiburan dan informasi sesuai yang dibutuhkan.

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC), menurut peneliti, CMC sendiri adalah teori yang muncul seiring perkembangan teknologi dan internet. Teori CMC muncul dan menimbulkan perubahan atau pergeseran pada pola komunikasi massa dimana media massa seperti televisi dan surat kabar mulai ditinggalkan seiring perkembangan media sosial karena masyarakat menjadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun. Dalam teori *Computer Mediated Communication* (CMC) terdapat 3 teori didalamnya, yaitu *cyberspace*, *cybersociety*, dan *cyberculture*. Dimana pada masing-masing teori tersebut menjelaskan bahwa terdapat interaksi antara sesama pengguna internet yang membuat sebuah komunitas baru atas dasar memiliki kesamaan kebutuhan informasi, hobi, minat yang sama dalam bersosial media.

Oleh sebab itu, dengan *cyberspace*, *cybersociety*, *cyberculture* peneliti ingin mengetahui bagaimana masing-masing ke 3 bagian teori CMC tersebut dengan melihat bagaimana interaksi yang terjadi antara sesama pengguna *youtube* khususnya *subscriber channel youtube* PrazTeguh, lalu meningkatnya kebutuhan akan sebuah informasi dan membentuk sebuah kelompok yang berdasarkan kesamaan kebutuhan informasi, hobi, minat yang sama dari para pengguna *youtube* khususnya *subscriber channel youtube* PrazTeguh.

## TUJUAN

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pemanfaatan *Channel YouTube* Praz Teguh Sebagai Media Pemenuhan Hiburan Bagi *Subscriber*.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana metode ini menggambarkan Pemanfaatan *Channel YouTube* Praz Teguh Sebagai Media Pemenuhan Hiburan Bagi *Subscriber*, tidak mencari dan menjelaskan suatu hubungan

ataupun menguji hipotesis dan membuat prediksi. Penelitian ini memfokuskan pada strategi produser dalam menarik perhatian audiens serta mengetahui proses yang digunakan seorang produser dalam pelaksanaan programnya. Proses penelitian dengan pemahaman yang berdasarkan padametodologi yang menyelidiki suatu fenomena social dan masalah manusia. Pada pendekatan ini peneliti membuat satu gambaran kompleks, meneliti kata-kata laporan terperinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang di alami.

### **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk mendapatkan alasan detail dari jawaban responden yang antara lain, mencakup opininya, strateginya, memotivasinya atau pengalaman-pengalaman, kemudian wawancara dilakukan melalui telepon dengan alasan untuk menghindari kontak fisik langsung untuk meminimalisir persebaran virus corona .

#### **Data premier**

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bias responden atau subjek penelitian dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, dan observasi (Kriyantono, 2006: 102)

#### **Data sekunder**

Sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalu media lain yang bersumber dari *literature*, buku-buku, serta dokumen perusahaan. (Sugiyono, 2012: 141).

Jika data yang diperoleh peneliti kurang, maka peneliti akan meminta data yang diperlukan sebagai bahan penelitian kepada narasumber.

### **ANALISIS DATA**

Peneliti akan menjawab pokok dalam penelitian ini secara kualitatif dengan menggunakan deskriptif analisis.

Deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka, selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti (Moleong, 2005: 11).

Dari pernyataan diatas peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif karena deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Channel YouTube* Praz Teguh yang memiliki jargon *Minangkan* Indonesia adalah sebuah *channel youtube* yang memiliki target tujuannya yaitu para remaja khususnya remaja *Minangkabau* yang ada disumatra barat maupun diluar Sumatra barat, dengan *Subscriber* sebanyak 437 ribu *subscriber channel youtube* ini juga memiliki 17 tagline atau konten yang menyajikan tontonan yang menghibur, tentu dengan Bahasa *minang* .

Hasil Penelitian berikut akan membahas hasil wawancara yang sudah peneliti kerjakan, sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pemanfaatan Pemanfaatan Channel YouTube Praz Teguh Sebagai Media Pemenuhan Hiburan Bagi Subscriber.

Berikut adalah wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada key informan yaitu Subscriber YouTube Praz Teguh yang terkait dengan Teori Computer Mediated Communication (CMC);

*Cyberspace* berkaitan erat dengan media berupa jaringan komputer digital dimana komunikasi antar entitas (baik yang berwujud manusia maupun yang bukan manusia) berlangsung. Dalam perkembangannya, istilah *cyberspace* kemudian dipahami tidak sekedar sebagai jaringan dalam aspek teknis, tetapi lebih luas membicarakan mengenai interaksi sosial.

Bagaimana media komputasi digital merupakan ekstensi dari saluran komunikasi antar *actant* (meliputi manusia dan sistem yang saling berinteraksi) yang merupakan simulasi dari dunia nyata dengan kemampuan saling mempengaruhi dengan motif yang beragam seperti informasi, ekonomi, politik, dan sebagainya. (Thurlow dkk, 2004 : 28-30).

Dalam setiap Vidio yang diupload melalui channel YouTube Praz Teguh tak ayal terdapat interaksi serta banyak yang memberikan pendapat mereka dengan bermacam-macam reaksi hingga menyita perhatian penonton. Seperti informan yang biasanya tertarik memberikan komentar di kolom komentar Channel YouTube Praz Teguh terhadap konten yang telah diupload serta informan juga memberikan like dan juga membagikan berita tersebut kepada teman-temannya;

*“Biasanya waktu yang benar benar bikin saya gemes, contohnya waktu emak emak galaknya marah marah, itu lucu banget sih” (Novan).*

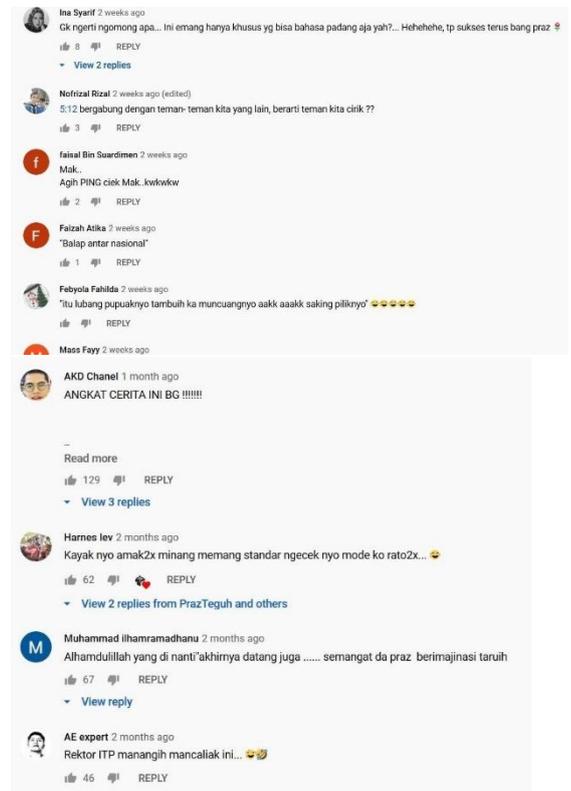
*“ya palingan waktu saya ada kefikiran ngasih saran aja sih, contohnya kaya ngasih masukan buat nambah translate dibawah karna kan yang nonton ga semuanya ngerti Bahasa minang tuh” (Ilham).*

Dari ke 3 informan terbukti bahwa 2 informan diantaranya memberikan komentar di kolom komentar Channel YouTube Praz Teguh terhadap vidio yang membuat informan terhibur serta ada informan yang memberi saran di kolom komentar.

Selain itu dua informan lain menganggap dirinya pasif dalam berkomentar di kolom komentar Channel YouTube Praz Teguh karena dia lebih suka memberikan like kepada vidio yang dianggapnya menarik yang di upload oleh Channel YouTube Praz Teguh itu menarik dan layak untuk diberikan like.

*“Nah kalo untuk komentar saya pribadi sih jarang banget ya soalnya abis nonton vidio yang satu, langsung lanjut kevidio berikutnya gitu.” (Dwiki).*

Praz juga melakukan interaksi kepada subscriber dalam konten #tanyoamak, didalam konten tanyo amak itu praz membacakan pertanyaan pertanyaan dari subscriber kepada amak yang diperankan oleh praz sendiri lalu praz menjawab dengan membuat vidio #tanyoamak.



Sumber : [youtube.com](https://www.youtube.com)

Interaksi adalah contoh aktifitas adanya *cyberspace*, Dari gambar diatas merupakan sebuah interaksi sosial yang terdapat dikolom komentar *channel YouTube* Praz Teguh, interaksi yang terjadi di kolom komentar berbagai macam, ada yang berkomentari nyeleneh dan ada juga yang memberi saran.

*Subscriber channel youtube* Praz teguh juga kerap membagikan vidio atau konten yang di *upload* oleh praz dalam *channel youtubanya*, sehingga tidak hanya sekedar berkomentar lalu memberi *like* *Subscriber channel youtube* Praz teguh juga bisa membagikan vidio yang di *upload* kepada teman-temannya agar orang lain juga tahu.

*Cybersociety*, Masyarakat multimedia atau *cybersociety*, adalah sebuah istilah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi

dalam bidang informasi, dimana salah satunya yaitu internet, yang mana telah membuat sebagian masyarakat menjadi tergantung oleh fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh internet. (Thurlow dkk, 2004 : 28-30).

Kebutuhan akan sebuah informasi menjadi tinggi karena minat baca para pengguna internet semakin banyak dan beragam, sehingga membuat portal berita harus berkembang agar tetap eksis caranya dengan hadir juga media digital seperti website maupun media jejaring sosial, hal itu juga yang membuat masyarakat menjadi terbiasa untuk mencari informasi dengan menggunakan media sosial atau dengan website, seperti para informan yang telah peneliti wawancara berikut ini;

*"Hampir semuanya pakai sih walaupun yang aktif Cuma Instagram, Twitter dan Youtube doang"*(Dwiki, Selasa 9.06.2020).

*"Cuma aktif di Instagram sama Youtube doang, apalagi kalau tengah malam, bisa ngeyoutube sampe pagi"* (Novan, Senin 8.06.2020).

*"ga banyak, biasanya cuma Instagram, Twitter sama Youtube doang sih, diyoutube biasanya cari cari hiburan tengah malam aja"* (Ilham, Senin 8.06.202).

Dengan beberapa *fiture* yang ada di dalam beranda Youtube, Channel YouTube Praz Teguh hadir menawarkan berbagai macam konten dalam *playlist*nya seperti key informan penlitii menjelaskan sebagai berikut;

*Banyak sih ya soalnya saya ini semau saya aja dan ga Cuma itu itu aja konten yang dibuat, ada pacah paruik, pasan amak, game Pubg juga ada karna saya tiap malam main* (Hari, rabu 4.12.2019 pukul 14:00).

Selain itu juga key informan mengatakan bahwa ia sengaja meng*upload* konten pacah paruik hanya sebulan sekali saja.

*"Ya, saya ini kan gamau penonton bosan lah ya, sama aja kaya kalau kita makan tiap hari itu itu aja, bosan lah, makanya di apload pacah paruik Cuma sebulan sekali biar gak pada bosan, pacah paruik itu yang paling banyak minatnya, kalau konten pubg itu karna*

*akhir akhir ini karna saya juga suka main pubg makanya saya buat konten main bareng gitu, saya main tiap malam ."* ( Praz ).

*Cybersociety* istilah dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang termediasi oleh internet, *cybersociety* juga membuat kebutuhan hiburan dan informasi menjadi tinggi, kebutuhan serta minat yang beragam dalam memenuhi kebutuhan hiburan maka dari itu konten creator harus mempunyai berbagai macam konten, seperti sitkom, game dan lain lain.

Dengan banyaknya konten kreator yang menggunakan media sosial, berdampak pula dengan masyarakat yang menjadi terbiasa jika ingin mencari sebuah hiburan dan informasi harus menggunakan media sosial karena dengan sangat mudah untuk di dapatkan, dengan didukung oleh internet serta ditambah dengan aplikasi-aplikasi tertentu, masyarakat sudah bisa saling berbagi dan mendapatkan informasi sesama pengguna aplikasi yang sama.

Dari hasil penelitian bahwa informan yang telah peneliti wawancara mengatakan bahwa memang untuk mendapatkan sebuah informasi, informan informan tersebut menggunakan media sosial dan website untuk mencari sebuah informasi yang dibutuhkan oleh masing-masing informan tersebut.

*"Hampir semuanya pakai sih walaupun yang aktif Cuma Instagram, Twitter dan Youtube doang"*( Dwiki ).

*"Cuma aktif di Instagram sama Youtube doang, apalagi kalau tengah malam, bisa ngeyoutube sampe pagi"* ( Novan ).

*"ga banyak, biasanya cuma Instagram, Twitter sama Youtube doang sih, diyoutube biasanya cari cari hiburan tengah malam aja"* ( Ilham ).

Seperti hal nya dengan praz teguh yang memanfaatkan jaringan internet dan media sosial untuk melakukan penyebaran dan

menyaring minat menonton dari masyarakat, Praz Teguh juga memanfaatkan *website*, dan juga media sosial seperti *twitter*, *youtube*, *line*, dan *instagram*.

Dari pembahasan di atas bahwa perkembangan teknologi komunikasi terutama pada bidang hiburan dan informasi dibantu dengan internet membuat sebuah perubahan didalam masyarakat.

Dengan masyarakat yang lama-lama terbiasa menggunakan fasilitas-fasilitas di internet untuk mencari sebuah hiburan dan informasi di media sosial membuat Praz juga hadir untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi dari masyarakat yang tinggi dengan target segmentasi nya yaitu masyarakat Indonesia khususnya masyarakat *minang* yang ada di sumatra barat maupun diluar Sumatra barat.

Praz menyadari bahwa kebutuhan hiburan dan informasi dari masyarakat yang bermacam-macam sehingga Praz mencoba memenuhi itu semua dan menjadi wadah untuk semua kebutuhan hiburan dan informasi yang diperlukan oleh masyarakat Indonesia khususnya Sumatra barat, karena itu dalam *channel youtube* praz memiliki 17 video atau konten *channel* yang masing-masing berbeda.

*Cyberculture*, adalah segala budaya yang telah atau sedang muncul dari penggunaan jaringan komputer untuk komunikasi, hiburan, dan bisnis. *Cyberculture* juga mencakup tentang studi berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan internet dan bentuk-bentuk baru komunikasi jaringan lainnya seperti komunitas *online*, *game multiplayer online*, jejaring sosial, *texting*, dan segala hal yang berkaitan dengan identitas, privasi, dan pembentukan jaringan. Budaya yang muncul pada komunitas yang terhubung dengan media elektronik komputer seperti internet, salah satu ciri *cyberculture* adalah budaya yang terbentuk melalui hubungan sosial yang tidak bersifat geografis, artinya individu-individu dalam *cyberculture* berinteraksi bukan karena keadaan geografis, melainkan karena sebuah hubungan kognitif dengan menggunakan media komputer. Seperti budaya pada umumnya, bertujuan

membangun identitas dan kredibilitas dalam suatu masyarakat. (Thurlow dkk, 2004 : 28-30).

Dalam penjelasan di atas *cyberculture* terbentuk atas kesamaan minat, suka dari pada pengguna internet, dalam hal ini kesamaan atas sebuah kesukaan, minat serta hobi yang sama terbentuk dalam sebuah *channel YouTube* Praz Teguh dimana pengguna *YouTube* yang juga sebagai *Subscriber* dari *Channel YouTube* Praz Teguh memiliki sebuah kesamaan yaitu sama – sama menyukai hal yang di pertontonkan oleh *Channel Youtube* Praz Teguh. berikut adalah hasil wawancara 3 dari 4 informan yang telah di wawancara oleh peneliti;

*“Dari judulnya dulu, seru gak nih kira-kira, tapi rata rata gokil sih” ( Novan ).*

*“malam malam biasanya kalau lagi rebahan buka youtube pasti ada tuh vidio vidio praz teguh diberanda youtube saya, ya tonton aja, menghibur banget sih” ( Dwiki ).*

*“vidio pasan amak sih, soalnya pasti ada aja dah yang dilakuin sama itu emak emak galak” ( Ilham ).*

Dari hasil wawancara diatas menghasilkan bahwa informan yang telah di wawancarai memiliki kesamaan diantaranya dari ke tiga informan tersebut menyukai atau membutuhkan hiburan.

*Cyberculture* adalah budaya yang terbentuk melalui hubungan sosial berinteraksi satu sama yang lainnya tidak berdasarkan geografis, budaya ini muncul dari masyarakat yang menggunakan teknologi komunikasi didukung oleh internet untuk saling berkomunikasi, mencari hiburan, informasi tentang apa yang dibutuhkan, hingga bermain *game online* dll yang menjadi keperluan dan kebutuhan penggunanya masing-masing. *Cyberculture* sebuah studi dimana fenomena sosial yang terjadi saat ini dan berkembang sesuai dengan trend yang terjadi, dimana masyarakat terbentuk menjadi sebuah kelompok-kelompok yang berdasarkan kesukaan, minat, hobi yang sama, misalnya para penyuka *game online* maka yang mereka

butuhkan hanya informasi tentang game atau orang-orang yang suka dengan teknologi maka yang di cari dan di ikuti adalah akun-akun yang membahas tentang teknologi tersebut.

Pada *channel youtube* praz teguh itu sendiri menyediakan konten-konten yang membahas bermacam-macam baik itu yang bersifat hiburan ataupun bersifat informasi yang mengedukasi sampai humor-humor dengan nuansa *minang* Sumatra barat.

“Dari judulnya dulu, seru gak nih kira-kira, tapi rata-rata gokil sih” (Novan, Jumat).

“malam-malam biasanya kalau lagi rebahan buka youtube pasti ada tuh video-video praz teguh diberanda youtube saya, ya tonton aja, menghibur banget sih” (Dwiki).

“video-pasan amak sih, soalnya pasti ada aja dah yang dilakuin sama itu emak-emak galak” (Ilham).

Dari pembahasan di atas *cyberculture* pada *channel youtube* praz teguh merupakan sebuah pengelompokan dari orang-orang yang memiliki sebuah kesukaan yang sama, hobi, yang rata-rata orang-orang yang berasal dari Sumatra Barat maupun keturunan *minang*.

*Cyberculture* juga merupakan sebuah perubahan budaya yang terjadi di masyarakat bahwa perubahan budaya berupa pola komunikasi di internet juga merubah kebiasaan manusia yang awalnya mencari hiburan dengan menggunakan kaset CD atau bahkan keluar langsung namun sekarang tidak perlu repot, hanya lewat media digital seperti website *youtube* dan media sosial lainnya seperti *instagram* lain-lain.

## SIMPULAN

Berdasarkan dari permasalahan, tujuan penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa *channel youtube* Praz Teguh di manfaatkan oleh *subscribarnya* sebagai media untuk memenuhi kebutuhan dalam hiburan dan informasi bagi *subscribarnya* di *youtube*, dengan adanya

konten yang menarik serta konsisten yang diberikan membuat *subscriber channel youtube* Praz teguh mendapatkan hiburan dan sekaligus pengetahuan yang bisa dibagikan atau dimanfaatkan di kehidupan nyata.

Penelitian ini menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC) yang terdapat 3 bagian yaitu *Cyberspace*, *Cybersociety*, dan *Cyberculture* yang menjadi acuan oleh peneliti, di dalam *channel youtube* Praz teguh terdapat interaksi oleh *subscribarnya*, kebutuhan akan sebuah hiburan dan informasi menjadi tinggi karena pengguna internet khususnya pengguna *youtube* menjadi terbiasa mencari sebuah informasi mereka akan membuka *youtube* dan membuka *channel youtube* Praz Teguh salah satu yang mereka gunakan untuk mencari hiburan dan informasi, selain itu kebutuhan akan sebuah hiburan dan informasinya juga membentuk sebuah kelompok yang berdasarkan kesamaan di antara pengguna *youtube* tersebut yang sesuai dengan kebutuhan, kesukaan, hobi dan minat dari para pengguna *youtube* itu sendiri.

Bagi para pengguna *youtube* khususnya *subscriber channel youtube* Praz teguh, berharap *channel youtube* Praz teguh bisa menjadi sumber hiburan dan informasi memberikan konten menarik, dan memberikan hiburan dan pengetahuan seputar kehidupan dan budaya *minang* lebih dalam kepada masyarakat Indonesia.

## SARAN

Saran peneliti setelah melakukan penelitian ini melalui tahap demi tahap sehingga sampai pada akhir penelitian. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mendapatkan pengalaman yang sangat berharga dan menyenangkan dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan memberikan saran, saran dalam aspek teoritis dan praktis.

### Saran Teoritis

Pada saran teoritis ini peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang *Broadcast Journalism*.

Peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi bahan acuan bagi mahasiswa dan mahasiswi yang sedang melakukan penelitian yang sejenis.

### **Saran Praktis**

Kebutuhan akan sebuah hiburan dan informasi sangat dibutuhkan di era sekarang dan sudah menjadi sebuah kebutuhan sehari – hari, seiring berjalanya waktu muncul konten kreator baru ataupun yang sudah ada sebelumnya dengan maksud dan tujuan yang berbeda – beda, dan tidak konsisten dengan konsep yang sudah ada serta tidak memperhatikan target sasaran sehingga tidak memperhatikan tutur kata Bahasa yang tentu tidak akan menjadi semenarik yang sudah ada.

1. *Channel youtube* Praz teguh sangatlah menarik dan sangat menghibur terlebih konten yang ada sangat menyesuaikan dengan yang ada saat – saat ini. diharapkan *Channel youtube* Praz teguh lebih berkembang dan hiburan dan informasinya dapat dipertanggung jawabkan.
2. Menambah konten atau channel yang baru dan lebih menghibur kekinian, dan cocok untuk masyarakat yang lebih luas.
3. Menambahkan translate untuk konten yang banyak menggunakan Bahasa *minang* agar dapat dinikmati atau ditonton oleh siapapun tidak hanya untuk masyarakat *minang*.
4. Mempertahankan konsep yang sudah ada dan memaksimalkan konsep sebelumnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Sumber Buku**

- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta :Prenada Media Group
- Moleong Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Morissan, M.A, 2013. Manajemen Media Penyiaran. Jakarta: Kencana
- Sugiyantono. 2012. Etika Profesi dan Perlindungan Hukum Bagi Notaris. Yogyakarta : CV Frisna

Thurlow, Crispin, Lengel Laura, Tomic Alice (2004). *Computer Mediated Communication : Social Interaction and The Internet*. California : SAGE Publication Inc

#### **Sumber Lain**

- <https://www.youtube.com/watch?v=8Y78-o5rzQI>
- [https://twitter.com/Praz\\_Teguh](https://twitter.com/Praz_Teguh)
- <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64penduduk-indonesia-sudah-pakaiinternet-1ssUCDbKILp>
- <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>
- [antaranews.com](https://antaranews.com)