



CXO Media sebagai Media Alternatif di Kanal Youtube

Mahawar Randu, Askurifai*

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 4/4/2022

Revised : 1/7/2022

Published : 9/7/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 1

Halaman : 43 - 48

Terbitan : Juli 2022

ABSTRAK

Fenomena penggunaan media sosial Youtube sudah menjadi ladang bisnis baru menyampaikan informasi layaknya program berita di sebuah stasiun televisi. Pemakaian yang semakin menjamur tersebut tentunya dimanfaatkan oleh perusahaan media dengan membuat akun Youtube untuk menyebarkan menjadi media online. CXO Media muncul menjadi salah satu media alternative pilihan untuk menyaring informasi yang masuk. Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui program sidak di CXO Media sebagai media alternative yang membalut komedi di program siaran berita, untuk mengetahui pembawaan berita di program Sidak CXO Media, untuk mengetahui peran pembawa acara dalam membawakan program Sidak CXO Media. Metode penelitian yang dipakai peneliti ialah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti memilih metode dan pendekatan ini karena keingintahuan lebih jauh mengenai CXO Media yang berperan menjadi media alternative bagi masyarakat dengan cara pengumpulan data dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang dilakukan oleh CXO Media merupakan sebuah inovasi dalam dunia jurnalistik terutama di Indonesia. Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa CXO Media mampu mengemas informasi yang formal menjadi tidak formal dalam konten Sidak juga dapat memanfaatkan platform baru untuk memberikan informasi yang dapat mengurangi penyebaran hoax.

Kata Kunci : Youtube; Media Alternatif; Konten.

ABSTRACT

The phenomenon of using Youtube social media has become a new business field to convey information like a news program on a television station. This increasingly mushrooming usage is certainly used by media companies by creating Youtube accounts to spread them into online media. CXO Media appears to be one of the alternative media of choice for filtering incoming information. The purpose of this study, to find out the Sidak program at CXO Media as an alternative media that wraps comedy in the news broadcast program, to find out the news coverage on the Sidak CXO Media program, to determine the role of the presenter in presenting the Sidak CXO Media program. The research method used by the researcher is a qualitative method with a case study approach. The results of this study indicate that what is done by CXO Media is an innovation in the world of journalism, especially in Indonesia. The conclusion in this study shows that CXO Media is able to package formal information into informal information in Sidak content and can also take advantage of new platforms to provide information that can reduce the spread of hoaxes.

Keywords : Youtube; Alternative Media; Content.

@ 2022 Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Perkembangan zaman membuat semua orang mengkonsumsi media sosial, media sosial sendiri merupakan salah satu sarana media online yang bertujuan untuk mempermudah berpartisipasi, menyajikan, dan masih banyak yang lainnya. “Sosial media juga dapat diartikan menjadi sebuah media online membantu seseorang memperoleh dan menyajikan informasi. Sosial media dapat dimanfaatkan untuk sarana berbisnis dan dapat membentuk perkumpulan” (Vania Diah Cahyarani & Doddy Iskandar, 2021).

Youtube merupakan sebuah aplikasi berbasis online yang bertujuan untuk berbagi video. Kebanyakan konten di Youtube merupakan konten yang bersifat pribadi yang tujuannya hanya untuk mendokumentasikan kehidupan sehari-harinya.

Fenomena penggunaan media sosial Youtube sudah menjadi ladang bisnis baru bagi orang-orang yang memiliki ketertarikan pada dunia videography. Orang-orang mulai berlomba-lomba membuat konten di youtube dari hanya sekedar mengumbar kehidupan pribadinya sampai menyampaikan informasi layaknya program berita di sebuah stasiun televisi. Pemakaian yang semakin menjamur tersebut tentunya dimanfaatkan oleh perusahaan media dengan membuat akun Youtube untuk menyebarkan menjadi media online, media arus utama seperti Kompas TV, Net TV dan stasiun televisi konvensional lainnya tidak menyia-nyaiakan peluang tersebut. Tanpa harus mengurus surat izin untuk penyiaran yang menyerupai seperti televisi dan peluang ini tidak sia-siakan oleh CXO Media yang muncul menjadi sebuah media alternatif di platform tersebut.

CXO Media merupakan sebuah channel Youtube yang memberikan konten yang mendidik dengan pembawaan yang tidak terlalu serius penontonya seperti program Ngobrol Sore Semaunya, Singkat dan Aktual (Sidak), Lintas Makna, dan masih banyak yang lainnya. CXO Media melangkah sangat baik selain dengan membuat konten yang bersifat non-formal, mereka juga mengunggah video yang dapat diakses dimana saja asal sang penonton terhubung oleh internet. Faktor yang membuat konten yang banyak dikunjungi oleh audiens ialah konten Sidak yang menyajikan konten berisi berita-berita yang di bawakan secara komedi dan mencoba beberapa presenter untuk mencoba membawakan program tersebut.

Pembawa acara berita bertugas menjadi orang yang membacakan berita dan dapat improvisasi dalam membawakannya supaya dapat diterima dengan baik dan jelas oleh khalayak. “Presenter program berita merupakan orang yang mengantarkan ataupun membawakan program berita di tv ataupun radio. Sebutan ini biasa dipakai di industri tv di Indonesia serta padanan penyiar program berita yang banyak juga dipakai di radio” (Hewitt, 2016, p. 78).

Sedangkan itu, di masa saat ini ini presenter berita yang kompeten sangat diperlukan buat mempraktikkan fungsi sosial media massa buat warga. Fungsi dari media online tersebut yakni menghimpun informasi, bimbingan, persuasi dan menghibur dari media.

Pembawa acara berita harus bisa menjalankan perannya sebagai pembaca untuk dapat menyampaikan informasi dengan baik dan diterima oleh audiens. Dalam program sidak bisa menjadi salah satu program yang patut di contoh oleh pelaku media online lainnya karena dengan pembawaan yang menarik dapat menciptakan karya merik pula. Pemilihan tema dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana CXO Media bisa menjadi media alternatif bagi khalayak khususnya di program Sidak. Pemilihan CXO Media sebagai objek itu sendiri karena kanal ini selain memuat konten yang berbeda yaitu kanal ini termasuk kanal yang baru terbentuk namun sudah memiliki penonton yang banyak.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena jenis penelitian ini mampu melihat sebuah fenomena secara lebih luas. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut (Yin, 2015), ialah strategi yang lebih sesuai apabila pokok persoalan sesuatu riset berkenaan dengan how ataupun why, apabila periset cuma mempunyai sedikit kesempatan buat mengendalikan peristiwa-

peristiwa yang hendak diselidiki, serta bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer di dalam konteks kehidupan nyata.

Selanjutnya, riset permasalahan menyelidiki suasana yang berhubungan dengan suasana khas di mana banyaknya variabel-variabel yang menarik, bergantung banyaknya sumber informasi serta fakta dengan data-data yang diperlukan triangulasi serta hasil pengecekan yang lain. Pemberian khasiat yang bisa memandu pengumpulan informasi serta analisis dari preposisi teoritis sebelumnya (Yin, 2015).

Dalam penelitian ini, para peneliti menggunakan metode konstruktivisme. (Neuman, 2015, p. 115) menunjukkan bahwa paradigma konstruktivisme ialah yang membentuk upaya untuk menguasai dan memperjelas aktivitas sosial yang bermakna. Sedangkan dalam Menurut (Creswell, 2010, p. 32), perangkat sosial orang-orang mencoba menerjemahkan makna.

Jurnalisme komedi adalah jurnalisme yang baru berkembang pada abad 21, yang menggunakan komedi untuk meyebarluaskan informasi kepada khalayak luas, menggunakan humor atau satire, guna menyampaikan inti dari sebuah pemberitaan. Jurnalisme komedi telah digunakan di media cetak pada masa lalu, tetapi pengalaman kebangkitannya melalui media televisi dengan show seperti *The Daily Show*, *Last Week Tonight with John Oliver*, dan *The Rick Mercer Report*. Sebaliknya, terdapat banyak kritik ketika mendefinisikan apakah media ini sebagai jurnalisme, sejak beberapa sarjana mempercayai seharusnya terdapat perbedaan antara komedi dan jurnalisme.

“Media yang diyakini muncul pertama kali pada era Julius Cesar. Saat itu ada dua media massa, yaitu, *Acta Diurna* dan *Acta Senatus*. *Acta Diurna* adalah pengumuman dari agenda dan kegiatan kerajaan. Saat ini populer dengan lembaga eksekutif. Sedangkan *Acta Senatus* merupakan catatan harian tentang agenda dan kegiatan senat atau setara dengan dewan perwakilan rakyat saat ini” (Iskandar & Lestari, 2015).

“New Media dikatakan sebagai jaringan social modern, karena menggunakan teknologi informasi yang canggih. Dari jaringan sosial modern ini akhirnya melahirkan berbagai Situs yang kita kenal dengan Situs Jejaring Sosial. Situs komunitas/jaringan sosial (social network) adalah sebuah fenomena internet yang mewakili remaja. Situs jejaring sosial sendiri adalah Situs yang dapat menghubungkan jaringan komunikasi jarak jauh antar orang atau golongan melalui dunia maya atau Internet, serta memiliki fungsi sebagai media interaksi. Social Networking merupakan tempat untuk para netter berkolaborasi dengan netter lainnya, dengan cara saling bertukar pendapat/komentar, mencari teman, saling mengirim email, dan saling memberi penilaian. Itulah mengapa Situs Social Networking dikatakan sebagai suatu interaktifitas” (Fitriansyah, 2018, p. 173).

“Diluncurkan pada bulan Mei 2005, Youtube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. Youtube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil” (David, Eribka Ruthellia, 2017).

Tim O’Sullivan (1994), mendefinisikan media alternative sebagai bentuk komunikasi massa yang dipandang menolak atau menentang politik yang mapan dan terlembagakan, dalam pengertian bahwa mereka semua menyokong perubahan dalam masyarakat, atau sekurang-kurangnya melakukan penilaian kritis terhadap nilai-nilai tradisional. Karena itu, media alternatif juga sering disebut sebagai media “radikal” atau media “bawah-tanah”, lantaran sering bersikap kritis dan bersebrangan dengan produksiberita media mainstream, dengan merepresentasikan doktrin-doktrin sosial dan politik yang terletak di luar batas-batas yang didefinisikan oleh konsensus.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam (handphone). Konten atau materi pelajaran merupakan komponen yang amat penting dalam pelaksanaan

pembelajaran. Konten menyangkut jawaban terhadap pertanyaan, “apa yang diajarkan?”. Sering kali konten yang digunakan tidak diperhatikan. Banyak orang memberikan perhatian terhadap metode, media, bahkan strategi yang digunakan dalam proses belajar mengajar, namun kurang memperhatikan isi yang disampaikan.

C. Hasil dan Pembahasan

Dari awal berdirinya pada tahun 2020, CXO Media telah memiliki konten khusus yang berhubungan dengan dunia Jurnalistik. Secara spesifik hanya konten SIDAK yang benar-benar mendekati konten kejournalistikan. Namun di konten lainya seperti Ngobrol Sore Semaunya adalah konten yang menunjukkan berhubungan dengan jurnalistik walau hanya sebuah konten interview. Dengan dua konten yang berhubungan dengan dunia jurnalistik peneliti mengambil satu konten yaitu SIDAK yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Peneliti mewawancarai Audy Azhar sebagai produser program SIDAK di CXO Media, Irfan Satria sebagai tim kreatif program SIDAK di CXO Media dan Ananta Rispo sebagai reporter program SIDAK di CXO Media. Berikut adalah jobdesc narasumber yang bernaung di CXO Media khususnya konten SIDAK yang peneliti ambil dalam penelitian ini.

CXO Media sebagai Media Baru Jurnalistik

Sebagai media alternatif, CXO Media memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyampaikan pesannya kepada khalayak. Menyeimbangkan perkembangan teknologi informasi, situs jejaring sosial atau yang sering dikenal dengan New Media, dapat menghubungkan jaringan komunikasi jarak jauh, menjadi keunggulan semua pengguna media. Di sini, CXO Media memanfaatkan jejaring sosial Youtube sebagai alat penyampaian informasinya. Konten Sidak sendiri merupakan sebuah program yang menyajikan informasi terkini secara singkat dan aktual.

Konten Sidak sendiri merupakan sebuah program yang menyajikan informasi terkini secara singkat dan aktual. Bila dilihat konten ini menyerupai Liputan 6, Dunia dalam Berita, Seputar Indonesia dan program berita lainnya. Yang membedakan konten Sidak dengan program berita lainnya yaitu dari pembawaan news anchor dalam menggiring program ini dengan cara yang lain yaitu komedi.

Sajian informasi yang ada di konten Sidak menjadi sebuah keunikan program acara CXO Media. Pembawaannya yang santai dan asik membuat audiens nyaman saat menyaksikan konten Sidak. Meskipun terlihat santai dan seperti lelucon, di sini konten Sidak tetap mengedepankan elemen-elemen jurnalistik.

Dalam pembawaan kalimat satire yang CXO Media harus memiliki presenter yang mereka percaya dan dapat membawakan berita dan memasukan komedi yang pas dan tak terlalu menyudutkan salah satu pihak. Salah dua presenter yang dipilih ialah Yudha Keling sebagai presenter pertama dan Ananta Rispo sebagai presenter yang belum terganti. Pemilihan presenter ini dilihat dari pembaharuan tiap komedi yang dibawakan dan rating penonton.

Penyajian Informasi yang Dibawakan dengan Unsur Komedi

Dalam kegiatan jurnalistik, CXO Media menerapkan Jurnalisme Komedi dalam penyajian informasi yang mereka sajikan pada para audiens. CXO Media mengupayakan kemampuan berkomi dari presenter yang memiliki basic sebagai stand up comedy. Penerapannya pun jurnalisme komedi memakai Bahasa yang satire yang bertujuan untuk mengkritisi sesuatu agar menjadi lebih baik.

Selain menerapkan satire dalam kegiatannya mereka mencantumkan video-video lucu atau ‘garing’ yang bertujuan untuk menambah bumbu-bumbu komedi agar terlihat lebih fresh dan lucu. Jurnalisme Komedi menampilkan berita tradisional yang dimuat di media arus utama sebagai sumber berita yang diolah, itu juga yang dilakukan oleh CXO dalam penyampaian informasi mereka, dengan tujuan dapat menyajikan berita yang tetap aktual, faktual dan benar.

Walau pembawaan dengan komedi konten Sidak pernah mengalami hal yang kurang baik seperti pernah menurunkan kembali videonya dan kembali mengedit karena adanya video yang agak berbahaya dan membuat video tak layak tayang.

Pencarian Bahan Konten Sidak CXO Media

CXO Media pada awalnya membuat konten Sidak merupakan sebuah gebrakan mereka dalam membuat konten yang berbau jurnalistik. Selain karena keinginan mereka, CXO juga membuat konten dengan alasan ingin memiliki konten yang lucu namun serius atau membuat konten yang serius dan dapat diterima dengan gampang dengan penyajian yang santai dan lucu. Selain membuat konten tersebut, CXO Media juga menasar para kaum milenial untuk menonton konten. Kaum milenial menjadi kaum yang benar-benar menjadi sasaran mereka dalam membuat konten yang fresh karena kaum milenial dinilai dapat menjadi acuan para content creator untuk membuat konten.

Dalam pencarian data untuk memenuhi konten Sidak, mereka mencari data dengan melakukan riset kepada beberapa media yaitu CNN dan CNBC. Mereka memilih berita yang dikira layak masuk pada konten Sidak. Berita yang diambil biasanya berita yang di prioritaskan merupakan berita yang sedang 'viral'. Tujuannya berita viral ini untuk memicu audiens untuk menonton konten ini. Contoh berita saat itu sedang booming berita tentang salah satu duo musisi Daft Punk yang memutuskan untuk bubar setelah 28 tahun berkarya.

Setelah berhasil memilah berita yang layak tim produksi selanjutnya mengolah berita tersebut menjadi sebuah kalimat yang singkat dan padat. Menariknya saat pembuatan konten ini, pada bagian pembuatan script mereka mencampurkannya dengan sedikit komedi, seperti kalimat satire atau berbagai sindiran. Komedi di sini bertugas untuk membuat konten menjadi lebih ringan didengarkan, mudah diterima, dan tidak terkesan bosan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari uraian yang telah dijabarkan sebelumnya. Dalam Jurnalisme Komedi menyebarkan informasi menggunakan bahasa atau gaya yang berbau humor atau satire yang bertujuan untuk menyampaikan inti dari sebuah pemberitaan. Jurnalisme komedi memiliki ciri dimana berita konvensional yang di edarkan di media mainstream masuk dan dijadikan sumber berita yang akan kembali diolah dengan bumbu humor dan menjadi karya jurnalisme komedi atau news on news.

Pada pertengahan tahun 2020 lahir sebuah media CXO Media di Youtube yang berisi konten Tanyaku Terjawab Sudah, Ngobrol Sore Semaunya, Singkat dan Aktual (Sidak), dan lain-lain. Pada konten Sidak CXO Media bertujuan untuk berexperiment membuat media berita yang dibungkus oleh komedi. Dengan alasan melihat kurangnya minat baca masyarakat negara ini yang kurang membaca menjadi sebuah informasi.

Sidak sendiri membungkus berita dengan komedi melihat dari keterlaluan seriusnya konten-konten berita di beberapa platform media. Sidak juga secara tidak langsung menerapkan Jurnalisme Komedi dalam prosesnya yang mengambil berita pada beberapa media mainstream dan kembali diolah kembali oleh tim mereka.

Daftar Pustaka

- Creswell, J. . (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Belajar.
- David, Eribka Ruthellia, M. S. dan S. H. (2017). Pengaruh Konten Vlogdalam Youtubeterhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1).
- Fitriansyah, F. (2018). *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. 18(2), 171–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>

Hewitt, D. dan P. (2016). *Penggunaan teks media dan news cast*. Press Media.

Iskandar, D. S., & Lestari, R. (2015). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Jurnalisme Online. *InterAct*, 4(2).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36388%2Fia.v4i2.764>

Neuman, W. L. (2015). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. PT. Indeks.

Vania Diah Cahyarani, & Doddy Iskandar. (2021). Penerapan Citizen Journalism dalam Pemberitaan Lingkungan Hidup di Media Online. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(2), 71–78.
<https://doi.org/10.29313/jrjmd.v1i2.424>

Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus: Desain & Metode*. Penerjemah: M. Duazi Mudzakir. PT Rajagrafindo Persada.