

**DAMPAK VIDEO *PRANK* TERHADAP IMITASI PERILAKU
MASYARAKAT KOTA PAREPARE**



Oleh :

**NURLINA
NIM: 15.3100.004**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**DAMPAK VIDEO *PRANK* TERHADAP IMITASI PERILAKU
MASYARAKAT KOTA PAREPARE**



Oleh :

**NURLINA
NIM: 15.3100.058**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab
dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare

PAREPARE

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**DAMPAK VIDEO *PRANK* TERHADAP IMITASI PERILAKU
MASYARAKAT KOTA PAREPARE**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Disusun dan diajukan oleh

**NURLINA
NIM. 15.3100.058**

Kepada

PAREPARE

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

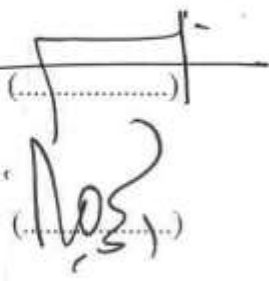
2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Nurlina
Judul Skripsi : Dampak Video Prank Terhadap Perilaku Imitasi Masyarakat Kota Parepare
Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.058
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : SK Rektor IAIN Parepare
Nomor: B-83/In.39/FUAD/2019

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I
NIP : 1983011 6200912 1 005
Pembimbing Pendamping : Muhammad Haramain, M.Sos.I
NIP : 1984031 2201503 1 003



Mengetahui:
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. H. Abd Halim K. Lc. M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001

SKRIPSI
DAMPAK VIDEO PRANK TERHADAP IMITASI PERILAKU
MASYARAKAT KOTA PAREPARE

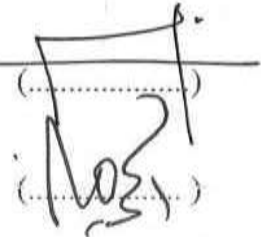
Disusun dan diajukan oleh

NURLINA
NIM. 15.3100.058

Telah dipertahankan didepan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Qadaruddin, M. Sos. I
NIP : 198301162009121005
Pembimbing Pendamping : Muhammad Haramain, M. Sos. I
NIP : 198403122015031003




Rektor IAIN Parepare

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si.
NIP. 19640427 198703 1 002


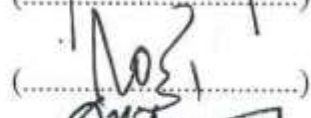
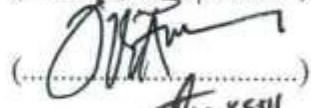

Dekan
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dr. H. Abd. Halim K. Lc. M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001

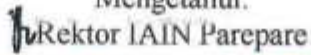
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Dampak Video Prank Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat Kota Parepare
Nama Mahasiswa : Nurlina
Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.058
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Dasar Penetapan Skripsi : SK Rektor IAIN Parepare Nomor: Nomor: B-83/In.39/FUAD/2019
Tanggal Kelulusan : 6 Maret 2020

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I.	(Ketua)	
Muhammad Haramain, M.Sos.I.	(Sekretaris)	
Sitti Jamilah Amin, M.Ag.	(Anggota)	
Drs. A. Nurkidam, M.Hum.	(Anggota)	

Mengetahui:

Rektor IAIN Parepare



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Dampak Video *Prank* Terhadap Perilaku Masyarakat Kota Parepare” ini dengan baik dan tepat waktunya. Tak lupa penulis kirimkan salawat serta salam kepada baginda Rasulullah Saw, dengan perjuangannya sehingga Islam sampai pada kita saat ini. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk meraih gelar S1 pada program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (IAIN) Parepare.

Rasa syukur dan terima kasih penulis haturkan yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua yang saya hormati dan saya cintai Ayahanda P. Negeri M dan Ibu tercinta Jenne binSolleh, saudara-saudariku yang saya cintai Sudirman dan Rusniaty, dan pihak keluarga lainnya yang selama ini tidak henti-hentinya memberikan motivasi dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu penulis ingin mengucapkan terima kasih terkhusus kepada Bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. selaku pembimbing I dan Bapak Muhammad Haramain, M.Sos.I. pembimbing II yang tiada hentinya-hentinya memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari banyaknya pihak yang telah memberikan dukungan, baik yang berbentuk moral dan material. Untuk perkenankan saya mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-sebarnya

kepada Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare sekaligus sebagai penasehat akademik yang telah memberikan nasehat dan bimbingan selama menjalankan perkuliahan serta bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare. Dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Abdul Halim K, M.A. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi Mahasiswa.
2. Ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk semua ilmu serta motivasi berprestasi yang telah diberikan kepada penulis.
3. Bapak/Ibu Dosen dan jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
4. Saudara-saudari dan teman-teman seperjuangan di kampus IAIN Parepare yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang memberikan motivasi yang keras berkat motivasinya yang mereka luangkan sangat membantu dalam mengurangi kehidupan sehari-hari.
5. Rekan-rekan seperjuangan KPI angkatan 2015 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu yang selalu menjadi teman belajar dan diskusi dalam kelas selama penulis menuntut ilmu di IAIN Parepare.

6. Teman-teman posko KPM 2018 desa Otting, Megawati, Mutmainna, Nurlina, Netty, Anggarsari, Muh.Amin, Muh.Fadly Pratama, Rezky Olvionita, beserta teman-teman PPL VeChannel Sulsel Ajeria Arban, Sulpiana Damir, Nur,muhafida, Zulkifli dan karyawan VeChannel Sulsel yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Sahabat dan rekan seperjuangan dalam menyusun penelitian ini, Wardiman, Chairunnisa dengan segala bantuan, kerja sama dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini bernilai ibadah disisi-Nya dapat bermanfaat sebagai referensi bacaan bagi orang yang lain, khususnya bagi Mahasiswa IAIN Parepare.
Aamin ya rabbal'alam.

Parepare, 07 Jumadil Akhir 1441 H
16 Februari 2020 M

Penulis,



NURLINA
15.3100.058

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nurlina
Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.058
Tempat/Tgl. Lahir : Pinrang, 10 Oktober 1996
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Dampak Video Prank Terhadap Imitasi
Perilaku Masyarakat Kota Parepare

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiat atas keseluruhan skripsi kecuali tulisan yang sebagai bentuk acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 07 Jumadil Akhir 1441 H
16 Februari 2020 M

Penyusun



NURLINA
15.3100.058

ABSTRAK

Nurlina. *Dampak Video Prank Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat Kota Parepare*. Dibimbing oleh Bapak Muhammad Qadaruddin, selaku pembimbing utama dan Muhammad Haramain, selaku pembimbing kedua.

Video *prank* adalah gurauan, kalakar, olok-olok, gurau, senda gurau dan seloroh, sedangkan dari kata kerja artinya untuk mengerjai, untuk memperdayai dan untuk mengolok-olok. Prank suatu tindakan yang dilakukan hanya hiburan sendiri atau berkelompok, *prank* merupakan hal yang tidak mengedukasi. Imitasi adalah mencontoh, mengikuti satu pola, istilah ini secara populer diartikan secara meniru. perilaku sosial adalah perilaku umum yang ditunjukkan oleh individu dalam masyarakat baik aktifitas fisik maupun fisikis.

Adapun jenis penelitian digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan bahwa media exposure (Frekuensi, durasi, dan atensi), dilihat dari minat masyarakat cukup ditanggapi positif dan baik. 2) Video Prank terhadap Imitasi perilaku masyarakat Kota Parepare berbeda disetiap daerah, imitasi terbilang tidak berpengaruh pada usia orang tua, cukup berpengaruh pada usia dewasa, dan sangat berpengaruh pada usia anak-anak sampai remaja.

Kata kunci: Video Prank, Imitasi, dan Perilaku Sosial.

PAREPARE

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TAMPILAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Teoritis	14
2.2.1 Teori Terpaan Media	14

2.2.2	Teori Dampak Pembelajaran Sosial	17
2.2.3	Teori Reinforcement Imitasi	20
2.3	Tinjauan Konseptual	25
2.4	Bagan Kerangka Fikir	42
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	45
3.3	Fokus Penelitian	45
3.4	Sumber Data	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Terpaan Media (Media Exposure)	51
4.2	Youtube	51
4.3	Kreator <i>Prank</i> Kota Parepare	53
4.3.1	Kreator Muhammad Restu Singgih	53
4.3.2	Kreator Muhammad Erwin	58
4.3.3	Kreator Husnul Maulana	63
4.4	Video <i>Prank</i>	69
4.4.1	Tujuan membuat <i>prank</i> dan hasil yang dicapai seorang kreator	71
4.4.2	Hambatan dan Tantangan dalam Pembuatan Video <i>Prank</i> ...	73
4.4.3	Resiko dalam Pembuatan Video <i>Prank</i>	75

4.4.4	Dampak Positif dan Negatif dari Video Prank	76
4.5	Dampak Video <i>Prank</i> Terhadap Masyarakat	82
4.5.1	Dampak Video <i>Prank</i> Terhadap Orang Tua	82
4.5.2	Dampak Video <i>Prank</i> Terhadap Kalangan Dewasa	84
4.5.3	Dampak Video <i>Prank</i> Terhadap Kanak-kanan – Remaja	86
4.6	Dampak Video <i>Prank</i> Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat kota Parepare	87
4.6.1	Imitasi Video <i>Prank</i> pada Usia Tua	90
4.6.2	Imitasi Video <i>Prank</i> pada Usia Dewasa	91
4.6.3	Imitasi Video <i>Prank</i> pada Usia Kanak-kanan – Remaja	92
4.6.4	Imitasi Terhadap Kreator <i>Prank</i> Kota Parepare	94
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.3.2	Gambaran Kumpulan Video <i>Prank Prank Youtube</i> Muhammad Erwin	58
4.3.3	Gambaran Kumpulan Video <i>Prank Youtube</i> Husnul Maulana	63



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 4.1	Unggahan Video <i>Prank Youtube</i> Restu MRS	53
Gambar 4.2	Unggahan Video <i>Prank Youtube</i> Muhammad Erwin	58
Gambar 4.3	Unggahan Video <i>Prank Instagram</i> Muhammad Erwin	59
Gambar 4.4	Unggahan Video <i>Prank Youtube</i> Husnul Maulana	64



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp	Lampiran-Lampiran
1.	Surat Izin Melakukan Penelitian
2.	Surat Izin Penelitian Dari Pemerintah
3.	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
4.	Instrumen Wawancara
5.	Keterangan Bukti Wawancara
6.	Dokumentasi
7.	Biografi Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media komunikasi di era digital ini diikuti oleh perkembangan teknologi yang memudahkan masyarakat untuk mempermudah seseorang dalam menyampaikan dan menerima pesa dengan tujuan tertentu. Teknologi merupakan buah pikir manusia dalam mengembangkan kehidupannya yang lebih baik. Teknologi merupakan perpanjangan tangan ilmu dan pengetahuan yang sangat empiris, mengimplikasikan berurat akar, hingga meliputi sisi kehidupan manusia yang paling mendasar, dari cara berfikir sampai cara hidup dan mempertahankan kehidupannya.

Media Komunikasi dapat mencakup segala bentuk komunikasi, termasuk komunikasi tatap muka. Komunikasi tatap muka diantaranya adalah mengobrol dengan teman melalui telepon, menulis surat kepada saudara, dan berintraksi dengan rekan atau teman melalui *e-mail*. Media komunikasi yang membantu dalam pertukaran antara dua atau beberapa orang termasuk media. Media digunakan untuk memperkuat komunikasi interpersonal. Media dapat dianggap sebagai media komunikasi intrapersonal ketika ia memperluas kemampuan untuk memproduksi, menyimpan, atau menemukan kembali pesan yang sumbernya ialah kita sendiri.¹

¹Brent D.Ruben dan Lea P.Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia* (Cet. II, Jakarta: Rajawali Pers,2014). h. 207-208

Media *Online* atau media siber penyebutan umum kepada media berbasis telekomunikasi dan multimedia (Komputer dan internet). Media yang disajikan secara *online*. *Online* merupakan istilah yang terkadang dikaitkan dengan internet yang artinya sebuah informasi dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet. Bentuk saluran komunikasi yang merupakan terjadi secara *online* yang melalui situs *web* di internet. Media *online* termaksud *website*, *radio-online*, *pers online*. Dan beberapa media online baik berupa foto, video, musik atau berisi teks, Semua jenis tersebut yang ada di internet itu adalah media *online*. Sedangkan media *online* secara khusus semuanya berhubungan dengan komunikasi massa yang didistribusikan melalui jaringan internet.

Perilaku adalah sifat manusia yang secara umum diartikan akhlak atau moral, ditunjukkan kelakuan dengan tindakan, perasaan, keyakinan, sikap, kenangan, atau sebuah kelakuan yang bisa dilihat dari tindakan seseorang sebagai rasa hormat kepada orang lain. Sedangkan sosial adalah segala sesuatu yang mengenai masyarakat atau kemasyarakatan. Perilaku sosial menggambarkan perilaku umum yang ditunjukkan oleh individu dalam masyarakat, aktifitas fisik dan psikis seseorang terhadap orang lain atau memenuhi kebutuhan diri atau orang lain sesuai dengan tuntutan sosial, adanya respon terhadap apa yang dianggap dapat diterima atau tidak dapat diterima oleh kelompok sebaya.²

²Elizabeth B, Hurlock, *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*, (Edisi ke-5 Jakarta: Erlangga 2013). h. 262-264

Perilaku tidak terlepas dengan kelakuan seseorang ketika menanggapi masalah, sebab sifat setiap manusia tidak semuanya sama, semua berbeda dari individunya masing-masing. Di dalam hubungan antara manusia dengan manusia lain, akan terjadi reaksi dimana seseorang memiliki tindakan-tindakan yang berbeda. Manusia akan banyak berhubungan dengan kelompok-kelompok sosial, baik yang kecil seperti kelompok keluarga, ataupun kelompok besar seperti masyarakat desa, masyarakat kota, bangsa.³

Teknologi merupakan buah pikir manusia dalam mengembangkan kehidupannya yang lebih baik. Teknologi merupakan perpanjangan tangan ilmu dan pengetahuan yang sangat empiris, mengamplifikasikan berurat akar, sehingga meliputi sisi kehidupan manusia yang paling mendasar, dari cara berpikir sampai cara hidup dan mempertahankan kehidupannya.

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang yang dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, terkait dengan sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, penampilan, bangunan, dan karya seni. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang yang memudahkan orang mengadopsi budaya dari luar yang lebih menarik terutama bagi kaum muda, sehingga kaum mudah perlahan mengikuti secara perlahan namun pasti meninggalkan kebudayaan sendiri dan menjadi kebudayanya orang lain menjadi seperti miliknya tersendiri.

³Soerjono Soekanto, *Sosiologi (Suatu Pengantar)*, (Edisi ke-4 Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2015). h. 126

Seiring berjalanya waktu budaya akan berubah dan berevolusi dari waktu ke waktu. Namun, secara keseluruhan meskipun telah berubah banyak, dari generasi ke generasi perkembangan teknologi, budaya tidak berubah namun hanya pergeseran yang semakin canggih.⁴ Fenomena *prank* atau gurauan yang berlebihan sedang menjamur dikalangan anak mudah. Khususnya, pada anak *milenial* yang gampang terpengaruh budaya *prank*. Fenomena ini tidak bisa dihindari, akan tetapi, masyarakat harus lebih dewasa memandang *prank*, jika *prank* merupakan akibat dari adanya keterasingan (*alienasi*) seseorang dari *relasi* dan interaksi sosial. Anak mudah punya kecenderungan menarik diri lingkungan sosialnya akan mencari *relasi* lain seperti adanya *prank* tersebut, *prank* itu prasyarat dari *bullying*. Hanya saja, lanjutanya, *prank* lebih halus dari *bullying*. Namun bagaimana pun *bullying* akan menimbulkan efek berkepanjangan. Oleh karena itu, bagaimana kita menanggapi *prank* yang sudah banyak beredar di media sosial yang menjadikan kebiasaan anak mudah melakukan hal tersebut tanpa berfikir mana yang positif bermanfaat bagi khalayak maupun negatif.

Kota Parepare yang terbilang sebagai kota yang mulai berkembang dari aspek-aspek pembangunan, teknologi, pengetahuan, pendidikan, dan lain-lain. Sangat berpeluang menjadi titik perkembangan teknologi media *online*. Berdasarkan yang terjadi beberapa saat yang lalu tentang viralnya “om telolet om” dan istilah “Hai Tayo” sebuah kata yang menarik yang selalu disebut anak kecil, remaja bahkan orang tua pun sekalian terkadang jadi korban kata “om telolet om dan hai tayo”

⁴Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss, Human Communication (*Konteks-Konteks Komunikasi*). (Edisi ke-2 Bandung: PT Remaja Rordakarya 2015). H.236-237

menjadikan sebuah bercanda atau hiburan semata, namun tidak membedakan mana teman sebaya atau orang tua yang menjadi korban *prank* dianggap sebagai kepercandaaan tanpa berfikir bahwa umur anak-anak dan orang tua itu berbeda.

Prank menjadikan sebuah permainan atau hiburan namun hal tersebut membuat masyarakat bingung dengan aksi-aksi anak remaja saat ini, seperti Kota Parepare saat ini lagi banyak membuat video *prank*, salah satu yang pernah kami dapatkan di sekitar Lapangan Andi Makkasau dan monumen Cinta Sejati Habibie Ainun. *Prank Smackdown* di Parepare terlihat di *youtube* 4.720 tayangan, menyukai video sebanyak 343 *like*. Disebarkan oleh Eboll Arsyad yang mempunyai *subscribe* 1,31 rb, sudah 3 bulan video tersebut di *upload* menontonnya pun semakin bertambah. cukup jumlah yang banyak.

Prank yang tiba-tiba berkembang dikalangan masyarakat tidak memandang apakah itu anak-anak dan kalangan dewasa membawa dampak yang terkesan berkembang sangat cepat. Tidak terlepas lagi dari peristiwa tentang “Gerakan 212” yang begitu sering diberitakan baik di media massa maupun di internet. Anak remaja dengan kreatifnya melihat adegan tersebut menirunya yang biasa dilakukan berbagai tempat di kota Parepare salah satunya itu Lapangan Parepare, Tanggul, Matras, dan Monumen Cinta sejati Habibie Ainun. Tempat dan posisi yang sering terjadinya *prank*.

Hanya dua kemungkinan yaitu, pengaruh positif dan pengaruh negatif. Ketika media *online* digunakan ke hal-hal yang positif maka tentunya akan berdampak positif pula terhadap pengguna media *online*. Begitupun sebaliknya apabila media

online digunakan hal yang negatif maka akan berdampak negatif pula bagi pengguna media *online*.

Latar belakang masalah tersebut, selanjutnya penelitian ini berfokus mengkaji lebih dalam mengenai “*Dampak Video Prank Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat Di Kota Parepare*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu:

- 1.2.1 Bagaimana self disclosure dalam video *prank* ?
- 1.2.2 Bagaimana dampak video *prank* terhadap imitasi perilaku masyarakat di kota parepare ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui self disclosure dalam video *prank*.
- 1.3.2 Untuk menganalisa dampak video *prank* terhadap imitasi perilaku masyarakat di kota parepare.

1.4 Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian akan memberikan kegunaan baik secara teoretis maupun secara praktis. Kegunaan penelitian ini antara lain:

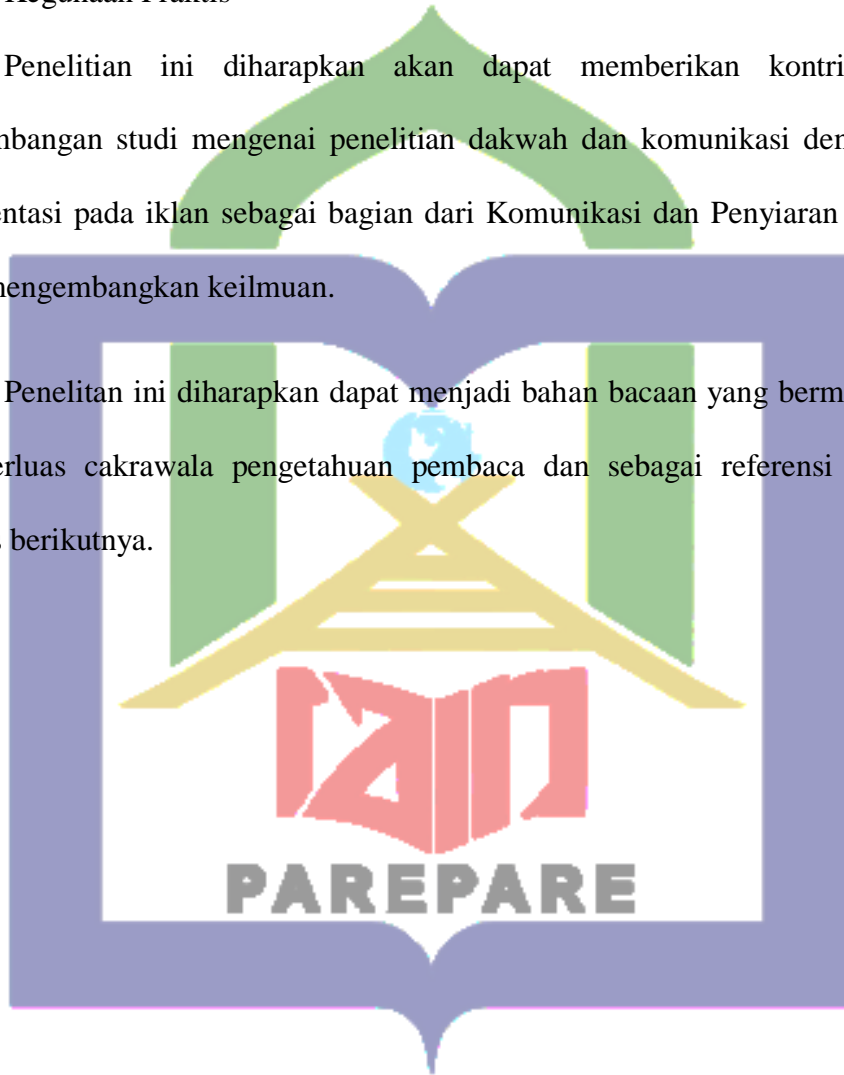
1.4.1 Kegunaan Teoretis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dalam memecahkan masalah pada penelitian selanjutnya, khususnya dalam video *prank*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi mengenai penelitian dakwah dan komunikasi dengan analisis representasi pada iklan sebagai bagian dari Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk lebih mengembangkan keilmuan.

1.4.3 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat untuk memperluas cakrawala pengetahuan pembaca dan sebagai referensi ilmiah bagi penulis berikutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Bagian ini menyajikan persamaan dan perbedaan bidang yang diteliti dengan penelitian yang ada sebelumnya karena penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama kalinya dilakukan. Hal ini diperlukan untuk menghindari adanya pengulangan kajian terhadap hal-hal yang sama, sehingga dengan demikian, akan diketahui adanya bagian-bagian yang menjadi pembeda antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu.

Sepanjang penelusuran referensi yang penulis lakukan, penelitian yang berkaitan dengan topik yang dibahas, peneliti menemukan penelitian yang berjudul:

2.1.1 Penelitian oleh saudari Siti Nuriana Hakim dengan judul skripsi “*Dampak Kecanduan Internet (Internet addiction) pada Remaja*”. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, dan teknik pengambilan sampel dilakukan secara propertional purposive random sampling. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendisripsikansebagai dampak dari Kecanduan Internet (Internet addiction) pada Remaja, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah guide wawancara dari observasi. Dalam penelitian data dianalisis dengan menggunakan data model interaktif yang ditemukan oleh Miles & Huberman.

Hasil penelitian ini dilakukan atas dasar fenomena mulai semaraknya kecanduan internet (internet addiction) pada berbagai kalangan, terutama remaja. Tujuan penelitian ini untuk memahami dan mendeskripsikan sebagai dampak dari kecanduan internet dampak positif dan negatif yang dikelompokkan menjadi dampak yang bersifat sosial, klinis, akademis, ekonomi, dan agamis dari penelitian ini juga memperlihatkan bahwa kecanduan internet (internet addiction) ini lebih banyak dampak negatifnya dibandingkan dampak positifnya.⁵ subjek merasa tertarik dengan internet karena banyak keuntungan dan kemudahan yang didapat seperti bisa tetap mendapatkan informasi dengan teman atau keluarga yang jaraknya jauh, menambah wawasan dan pengetahuan umum. Keinginan ini mengakses internet selalu datang secara tiba-tiba tanpa direncanakan sebelumnya.

Keinginan mengakses internet secara terus menerus, internet addiction, subjek merasakan dampak negatif seperti berkurangnya interaksi sosial secara langsung dengan teman-teman karena ketika berkumpul bersama subjek merasa teman-temannya lebih banyak bermain *smartphone* dibandingkan mengobrolnya, seringnya menunda-nunda pekerjaan, menunda mengerjakan tugas, mengalami insomnia atau susah tidur. Terganggunya kesehatan mata subjek, menurunnya prestasi belajar subjek karena ketika sedang asyik bermain internet merasa malas untuk belajar. Teori yang digunakan yaitu teori *determinisme* teknologi komunikasi oleh Marshall McLuhan, dan teori *Determinisme Globalisasi Media* oleh Briggs dan

⁵Siti Nuriana Hakim, “*Dampak Kecanduan Internet (Internet addiction) pada Remaja*”. Fakultas Psikologi Skripsi Universitas Surakarta, (surakarta:2017),h. 280

Burke, inilah beberapa teori yang digunakan dalam penelitian saudara Siti Nuriana Hakim.

Skripsi penelitian Siti Nuriana Hakim sebagai bahan tinjauan terdahulu karena penelitian ini memiliki judul yang berkaitan yaitu Dampak Kecanduan Internet (Internet addiction) pada Remaja. Dengan jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis kualitatif. Walaupun memiliki judul berbeda dimana penelitian Siti Nuriana Hakim hanya berfokus pada Dampak Kecanduan Internet (Internet addiction) pada Remaja, sedangkan pada penelitian ini melihat bagaimana Dampak Video Prank Terhadap Imitasi Perilaku masyarakat Kota Parepare.

2.1.2 Penelitian oleh Saudara Saleh Laha dengan judul skripsi “*Dampak Media Sosial Facebook pada Kehidupan Remajah di Kampung Yensama Distrik Oridek Kabupaten Biak Numfor*”. Dosen Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik YAPIS Biak di provinsi Papua. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian analisis kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dampak media sosial *facebook* pada kehidupan remajah di kampung Yensama Distrik Oridek Kabupaten Biak Numfor provinsi Papua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang paling memperhatikan dampak media sosial terhadap perilaku anak-anak kita yang masi remajah, mereka menjadi apatis dan cuek dengan lingkungannya, kita orang tua semakin sulit berkomunikasi dengan anak-anak kita, apalagi diharapkan membantu menyelesaikan pekerjaan rumah. Kehidupan setiap manusia mengalami beberapa fase pertumbuhan dan perkembangan yang kemudian fase tersebut dapat dibedakan menjadi beberapa

tingkatan berdasarkan usia ataupun psikologi seseorang yaitu di mulai sejak masa bayi, selanjutnya masa kanak-kanak, lalu tumbuh dan berkembang lagi menjadi manusia dewasa. Dari setiap tingkatan pertumbuhan dan perkembangan yang dialami seseorang maka masa yang paling menarik dan penuh dengan tanda tanya adalah masa remaja, karena masa remaja merupakan masa dimana seseorang mengalami transisi antara masa anak-anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosial emosional.

Hasil penelitian ini untuk mengetahui apakah Dampak media sosial *facebook* pada kehidupan remajah di kampung Yensama Distrik Oridek Kabupaten Biak Numfor provinsi Papua. Media sosial adalah salah satu perkembangan teknologi yang memiliki andil besar dalam memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Namun terkadang komunikasi di jejaringan sosial ini dapat menjadi momok menakutkan bagi sebagian remaja. Penyalahgunaan media sosial itulah yang menjadikan hal tersebut bumerang dalam kehidupannya khususnya remaja. Namun bagaimana pun juga, media sosial tetap saja memiliki dampak positif dan negatifnya, tergantung bagaimana kita selaku pelajar memaknai penggunaan media sosial tersebut. Peran orang tua dan para guru di sekolah sangat di harapkan untuk membantu remaja dalam membatasi diri dalam media sosial.⁶ Adapun dampak negatif yang di timbulkan dari media sosial facebook adalah ketagihan main game online di facebook sehingga dapat menyebabkan remaja malas belajar karena mereka

⁶Saleh Laha, "*Dampak Media Sosial Facebook pada Kehidupan Remajah di Kampung Yensama Distrik Oridek Kabupaten Biak Numfor*" Skripsi Institut Ilmu Sosial dan Politik Yapis Biak provinsi Papua. (provinsi Papua:2018), h. 47

sudah terpengaruh dengan permainan game online, mempengaruhi pertemanan di dunia nyata. Orang yang keseringan menghabiskan waktunya di facebook cenderung lebih sering berinteraksi dengan sesama pengguna facebook. Dengan demikian, pada titik tertentu mereka berhenti berinteraksi dengan banyak orang yang ada di dunia nyata dan memilih terus berhubungan dengann sesama pengguna facebook. Kecanduan telah membuat pengguna lebih sering berbalas komentar dibandingkan mengangkat telpon atau mengobrol denga orag yang ada di sekitarnya. Tentu ini bias merusak hubungan, bahkan menimbulkan perselisihan. Menggunakan teori penelitian yaitu salah satunya Teori Jarum Suntik dan teori sistem ketergantungan media (Media systems dependency theory) .

Peneliti mengambil penelitian saudara Saleh Laha sebagai bahan tinjauan terdahulu karena penelitian ini memiliki judul yang sama yaitu, Dampak Video Prank Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat Kota Parepare dengan jenis penelitian kualitatif dekriptif. Walaupun memiliki judul hampir sama tapi penelitian ini memiliki objek yang berbeda dimana penelitian Saleh Laha hanya berfokus pada Dampak Media Sosial Facebook pada Kehidupan Remajah di Kampung Yensama Distrik Oridek Kabupaten Biak Numfor. Yang mana menggunakan jeneis penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaanya penulis akan meneliti di wilaya kota Parepare.

2.1.3 Penelitian selanjutnya oleh saudari Annisa Tiara Larasati dengan judul skripsi “*Dampak Menonton Vlog terhadap Perilaku Viewers Remaja (Studi Eksploratif Penonton Vlog)*”. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan tipe

penelitian deskriptif eksploratif. Penelitian yang menggambarkan keadaan suatu fenomena, dan tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu sebagai hanya menggambarkan pada dasarnya suatu variabel, gejala atau keadaan. Teknik pengambilan sampling menggunakan teknik *nonprobability sampling*, teknik *snowball sampling* dan teknik *purposive sampling* dengan wawancara kepada responden.

Hasil penelitian ini adalah bertujuan untuk melihat perilaku apa saja yang muncul sebagai dampak dari menonton *vlog* di kalangan remaja. Internet menjadi *platform* media informasi yang paling banyak dikonsumsi menggeser keberadaan televisi, remaja lebih memilih untuk mencari informasi dan hiburan melalui internet. Situs internet yang mereka gunakan untuk mencari informasi dan hiburan tersebut adalah *youtube*.⁷ Menunjukkan bahwa *vlogger* memainkan peran penting dalam mempengaruhi kehidupan remaja yang aktif mengonsumsi *youtube*. Kebanyakan remaja meniru beberapa perilaku diri seorang *vlogger* seperti kecantikan (*make up*), mode (*fashion*), pemilihan barang-barang yang ingin dipakai, destinasi liburan, cara berbicara, tingkah laku dan masih banyak lagi. Perilaku remaja pembelian remaja juga telah dipengaruhi oleh para *vlogger*, kebanyakan remaja menonton *vlog* untuk dijadikan rujukan ketika ingin mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang ingin mereka beli.

⁷Annisa Tiara Larasati, “Dampak Menonton Vlog terhadap Perilaku Viewers Remaja (Studi Eksploratif Penonton Vlog)”. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, skripsi Universitas Negeri Semarang, (Jawa Tengah:2016),h.25

Kebanyakan remaja juga menyatakan bahwa mereka tidak hanya meng-*subscribe channel youtube* milik *vlogger* favorit mereka, namun juga mengikuti atau men-*follow* akun media sosial lainnya seperti *instagram*, *facebook*, dan *twitter*. Para remaja juga menganggap diri mereka sendiri sebagai seorang fans atau penggemar karena para *vlogger* dapat memberikan inspirasi bagi mereka khususnya dalam hal make-up dan destinasi liburan. Dalam hal ini *vlogger* memiliki peran yang penting untuk mempengaruhi perilaku dan sikap dari penontonya. Setiap perilaku dan perkataan yang dilakukan oleh *vlogger* harus dapat ditiru oleh penonton.

Skripsi ketiga oleh Annisa Tiara Larasati sebagai bahan tinjauan terdahulu karena penelitian ini memiliki judul yang berkaitan yaitu Dampak Menonton *Vlog* terhadap Perilaku *Viewers* Remaja (Studi Eksploratif Penonton *Vlog*), jenis penelitian ini menggunakan teori jarum suntik dan teori media exposure yang terkait dalam penelitian ini. Dengan pendekatan metode deskriptif eksploratif. Walaupun memiliki judul yang berbeda dimana penelitian hanya berfokus pada Dampak Menonton *Vlog* terhadap Perilaku *Viewers* Remaja (Studi Eksploratif Penonton *Vlog*), sedangkan pada penelitian ini melihat bagaimana Dampak Video *Prank* Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat Kota Parepare.

2.2 Tinjauan Teoritis

Teori yang digunakan untuk membantu menjawab rumusan masalah yang ada adalah Teori Terpaan Media (*media exposure*), Teori Jarum Suntik (Jarum Hipodermik) dan Teori Imitasi (*Imitation theory*).

2.2.1 Teori Terpaan Media (*media exposure*)

Terpaan media (*media exposure*) berkaitan dengan beberapa banyak orang melihat program yang ditayangkan di suatu media.⁸ Pengertian *media exposure* menurut pendapat Larry Shore yang dikutip dalam Krisyanto bahwa seseorang tidak dapat dikatakan mengespose media apabila ia hanya terlibat dalam lingkungan fisik media. *Media exposure* akan ada apabila khalayak secara sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan-pesan yang diberikan media.

Bentuk nyata dari media tersebut adalah mendengar, melihat, menonton, membaca atau ikut membaur diri (*experiencing*) dengan isi media. Apabila hal tersebut melihat, mendengar, membaca pesan dikatakan sebagai wujud nyata dari keberadaan *media exposure* seseorang, maka jelas bahwa *media exposure* merupakan perilaku *audiens* dalam menggunakan media.

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Terpaan dapat diartikan sebagai alat mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media atupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu dan kelompok.⁹ Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi dalam penggunaan maupun durasi.¹⁰ Terpaan media suatu yang bisa dipastikan seberapa khalayak menggunakan atau beraktifitas dengan media.

⁸Ardianto & Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekamata Media, 2015), h.2.

⁹Ardianto, Erdinaya, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekamata Media, 2015), h.4.

¹⁰Arini Hidayat, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018), h. 78.

Terpaan media (*media exposure*), menurut Rosengren dapat dioperasionalkan menjadi waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antar individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan keseluruhan.¹¹ Sedangkan menurut Sari, dapat diambil kesimpulan bahwa terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan intensitas.¹² Berdasarkan pengertian terpaan media diatas yang dijelaskan oleh Rosengren dan Sari maka cara mengukur terpaan media dari berbagai video *prank* yang berbagai jenis ditayangkan. Maka kita akan melihat dari frekuensi, durasi dan intensitas. Berikut penjelasan ukuran terpaan media tersebut:

1. Frekuensi

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target. Menonton video-video yang dapat berlangsung ditayangkan dalam frekuensi yang berbeda-beda, kadang dilakukan setiap hari, seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali, tergantung dari individu yang bersangkutan. Dalam penelitian ini menggunakan media online diukur dari beberapa kali seseorang menggunakan dan menonton video tersebut, apakah satu minggu (untuk meneliti program harian).

2. Durasi

Durasi atau lamanya penayangan program, suatu program terdiri atas program yang dapat bertahan lama (*durable program*).¹³ Suatu program harus memiliki

¹¹Djalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2011), h. 66.

¹²Rachmat Krisyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta:Kencana, 2010), h.66.

¹³Ardianto, *Pengantar Komunikasi Massa* (Cet.V Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2014). h. 166

kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin dalam menyaksikan tayangan video *Prank*.

3. Atensi (perhatian)

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menonton atau melihat dalam kesadaran pada saat stimuli melemah. Indikator intensitas dalam penelitian ini diukur dari faktor khalayak menyaksikan dengan tidak melakukan kegiatan dan menyaksikan dengan diskusi.¹⁴Perhatian atau atensi yang diberikan khalayak untuk menonton tayangan tersebut, apakah khalayak melakukan kegiatan lain saat menyaksikan tayangan tersebut.

Teori selanjutnya berhubung dengan teori imitasi dimana itu teori imitasi akan menjelaskan lebih dalam lagi mengenai pengaruh langsung terhadap apa yang dilihat dalam menanggapi sebuah respon dalam apa yang ditonton. Teori ini lebih jelasnya mengenai pengaruh meniru dalam lingkungan sosial.

2.2. Teori Dampak Pembelajaran Sosial

Neil Miller dan John Dollars dalam laporan hasil percobaannya mengatakan bahwa peniruan (*Imitation*) di antara manusia tidak disebabkan oleh unsur instik atau program biologis.¹⁵ Penelitian kedua orang tersebut mengidikasikan bahwa kita belajar (*learn*) meniru perilaku orang lain. Artinya peniruan tersebut merupakan hasil dari satu proses belajar. Perilaku peniruan (*imitation behavior*) kita terjadi karena kita merasa telah memperoleh imbalan ketika kita meniru perilaku orang lain, dan

¹⁴Ardianto, *Pengantar Komunikasi Massa* (Cet.V Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2014). h. 168

¹⁵Hasan Mustafa, *Perilaku Manusia dalam Perpektif Psikologi Sosial* , Jurnal (Universitas Katolik Parahyangan, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik : Bandung Jawa Barat, 2016),h. 18

memproleh hukuman ketika kita tidak menirunya. Agar seseorang bisa belajar mengikuti aturan baku yang telah ditetapkan oleh masyarakat maka “para individu harus dilatih, dalam berbagai situasi, sehingga mereka merasa nyaman ketika melakukan apa yang orang lain lakukan, dan merasa nyaman ketika tidak melakukan.

Dalam penelitiannya, menunjukkan bahwa anak-anak dapat belajar meniru atau tidak meniru seseorang dalam upaya memproleh imbalan berupa permen, dalam percobaan tersebut, juga dapat diketahui bahwa anak-anak dapat membedahkan orang-orang yang akan ditirunya. Misalnya, jika orang tersebut laki-laki maka akan ditirunya, jika perempuan tidak. Lebih jahu lagi, sekali perilaku peniruan terpelajari (*learned*), hasil belajar ini kadang berlaku umum untuk rangsangan yang sama. Misalnya, anak-anak cenderung lebih suka meniru orang-orang yang mirip dengan orang yang sebelumnya memberikan imbalan. Jadi, kita mempelajari banyak perilaku “baru” melalui pengulangan perilaku orang lain yang kita lihat. Dalam teori ini menjelaskan bagaimana kita semestihnya memahami perilaku sosial dan kehidupan yang lingkunganya baik. Dalam hal tersebut membahas tentang (1) bagaimana perilaku kita dipengaruhi oleh lingkungan melalui penguat (*reinforcement*) dan *observational learning*, (2) cara pandang dan cara pikir yang kita miliki terhadap informasi, (3) begitu pula sebaliknya, bagaimana perilaku kita mempengaruhi lingkungan kita dan menciptakan penguat (*reinforcument*) dan *obsevatinal opportunity* – kemungkinan bisa diamati oleh orang lain.

Dampak menurut Gorys Kerap dalam Otto Somarwoto,¹⁶ adalah pengaruh yang kuat dari seseorang atau kelompok orang di dalam menjalankan tugas dan kedudukannya sesuai dengan statusnya dalam masyarakat, sehingga akan membawa akibat terhadap perubahan baik positif maupun negatif. Sedangkan menurut Otto Somarwoto, menyatakan dampak adalah suatu perubahan yang terjadi akibat suatu aktifitas. Aktifitas tersebut dapat bersifat alamiah baik kimia, fisik maupun biologi dan aktifitas dapat pula dilakukan oleh manusia. Dampak tersebut tergantung bagaimana menanggapi perilaku dalam lingkungan sosial.

Apabila dikaitkan dengan media sosial, yang begitu mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial. Kalangan remaja yang memiliki media sosial biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatnya, serta foto-foto bersama temannya. Semakin aktif seseorang maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Namun ketika seseorang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman dan kurang bergaul.

Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dimanapun mereka berada. Hanya saja tidak boleh luput dari perhatian bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Artinya bahwa apabila seseorang telah bergantung atau terlalu aktif dalam media sosial tentunya ada dampak positif dan negatif yang akan dia dapatkan baik bagi dirinya maupun orang lain.

¹⁶Anang sugeng cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia* (Jurnal, Publik Ciana Jurnal-Munita.urg.),h.152-153

Media memiliki peran penting dalam proses pembentukan masyarakat yang lebih dewasa dan modern. Unsur lainnya yang tidak kalah besar media mempengaruhi masyarakat sebagai penyimak tetap mereka. Teori dampak pembelajaran sosial teori yang memperdiksi perilaku dengan melihat cara lain yang dilakukan individu dalam proses informasi.¹⁷ Contoh dari teori ini menjelaskan dari personal tertentu atau media massa dapat menjadi penting dalam usaha memperoleh perilaku yang baru. Teori ini sendiri menekankan pengaruh menonton video-video secara khusus dalam proses imitasi tersebut. Sebagai contoh ketika menampilkan adegan-adegan yang tidak baik, melaukan tindakan yang kriminal, masyarakat yang menontonnya akan berusaha untuk tidak meniru apa yang telah dilakukan oleh orang tersebut.

Teori selanjutnya berhubungan dengan teori dampak dimana itu teori imitasi akan menjelaskan lebih dalam lagi mengenai pengaruh langsung terhadap apa yang dilihat dalam menanggapi sebuah respon dalam apa yang ditonton. Teori ini lebih jelasnya mengenai pengaruh meniru dalam lingkungan sosial.

2.2.3 Teori Reinforcement Imitasi

Imitasi berasal dari bahasa Inggris *to imitate* yang berarti mencontoh, mengikuti satu pola, istilah ini secara populer diartikan secara meniru. Imitasi atau meniru adalah proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti penerima rangsang dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai

¹⁷Suzette T.Heiman, Elizabeth L.Toth, *Publik Relation Profesi dan Praktik*, (Jagakarsa Jakarta Selatan, Salemba Humanika,2010), h.58-59

pemasangan kemanapun persepsi untuk mengelolah informasi dari rangsang itu sendiri, dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik.¹⁸

Gabriel Tarde dan Rakhmat¹⁹ mengatakan bahwa Imitasi berasal dari sebuah kata *imitation*, yang mempunyai arti peniruan. Meskipun seorang manusia mempunyai pola dasar sendiri yang sangat unik (individualis), tetap saja pada diri seseorang manusia mempunyai sebuah keinginan untuk meniru sesuatu seperti orang lain atau pada kelompok. Dengan demikian faktor imitasi merupakan suatu proses pada seseorang untuk mencontoh orang lain atau sebuah kelompok.

Copying, seorang individu berusaha mencocokkan perilakunya sedekar mungkin dengan perilaku orang lain, jadi ia berusaha mampu untuk memberi respon terhadap syarat atau tanda-tanda kesamaan untuk perbedaan antara perilakunya sendiri dengan penampilan orang yang dijadikannya model. Matched-dependent efek, seorang individu belajar untuk menyamai tindakan orang lain (model atau si pemimpin) karena amat sederhana, ia memperoleh ombalan dari perilaku tiruan (imitatifnya) itu.²⁰ Inhibitory merupakan efek yang menyebabkan orang lain yang menyaksikan perilaku tertentu menjadi malu atau menahan diri untuk melakukan atau mengulangi perbuatan yang dilihatnya, sedangkan efek disinhibitory merupakan efek yang menyebabkan orang tidak malu untuk melakukan perbuatan yang dilihatnya.

¹⁸ Anggun P.Pramitha, *Terapan media dan budaya harajuku (studi korelasi Antara Terapan Film Cartoon Naruto di Global Tv Terhadap Perilaku Imitasi pada Komunitas Shinzen Cosplay Team di Surakarta*, Skripsi Sarjana(Surakarta, 2013),h.38.

¹⁹ Gabriel Tarde, *Sosiologi dan pengaruh sosial*, (Cet.II University of Chicago Press, 2011), h. 102

²⁰ Muhammad Asrori & Muhammad Ali, *Psikologi Remaja* (Cet. V Jakarta: Bumi Aksara 2014), h.50

Menurut Gabriel Tarde²¹ perilaku imitasi adalah seluruh kehidupan sosial itu sebenarnya berdasarkan pada faktor imitasi saja. Walaupun pendapat ini berat sebelah, namun peranan imitasi dalam interaksi social itu tidak kecil. Gabriel Tarde juga berpendapat bahwa semua orang memiliki kecenderungan yang kuat untuk menandingi (menyamai atau bahkan melebihi), tindakan orang disekitarnya. Ia berpendapat bahwa mustahil bagi dua individu yang berinteraksi dalam waktu yang cukup panjang untuk tidak menunjukkan peningkatan dalam peniruan perilaku secara timbal balik. Perilaku imitasi itu terjadi karena adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model untuk ditiru. Ketika keterpesonaan sekedar menjadi sarana melepaskan diri dari kenyataan menuju impian yang terminifestasikan pada diri seseorang, maka kita masih berada pada wilaya kewajaran. Tapi, manakala dalam keterpesonaan tersebut, kita mnyingkirkan batas antara awal mala petaka dari sebuah keterpesonaan.

Proses peng-imitasian diri itu sendiri berlangsung lebih dalam peniruaanya tidak cukup sebatas aspek-aspek penampilan simbolis, tapi meliputi totalitas kepribadiannya, termasuk hal-hal yang secara prinsipil perlu dihindari. Peniru perilaku memamerkan kemewahan, merongrong sendi-sendi moralitas, mempertontonkan keberanian yang tidak diperlukan, maupun tindakan yang mengarah kepada keinginan melakukan bunuh diri, merupakan bentuk kekaguman

²¹Robert H.Lauer, *Prespektif Tentang Perubahan Sosial*,(Cet. IV Jakarta: PT Retika Citra 2013), h. 63

yang membayangkan.²²berdasarkan pengertian diatas saya mengambil kesimpulan bahwa perilaku imitasi adalah segala macam kegiatan yang ditiru atau dicontohkan oleh orang yang melihatnya. Perilaku imitasi ini bisa dalam wujud terbuka dan tertutup.

Kehidupan sosial sebenarnya berdasarkan faktor imitasi. Peranan imitasi dalam interaksi sosial itu tidak kecil. Sebagai contoh, kita lihat bagaimana seorang anak belajar berbicara. Mula-mula ia mengimitasi dirinya sendiri dengan apa dilihat dan didengar kemudian ia mengimitasi kata-kata orang lain. Ia mengartikan kata-kata tersebut karena mendengarnya dan mengatasi penggunaannya dari orang lain. Lebih jauh, tidak hanya berbicara merupakan alat komunikasi yang terpenting, tetapi juga cara-cara lain untuk menyatakan dirinya melalui proses imitasi. Misalkan, tingkah laku tertentu, cara memberikan hormat, cara menyatakan terimakasih.

Menurut Gabriel Tarde semua orang memiliki kecenderungan yang kuat untuk menandingi (menyamai atau bahkan melebihi) tindakan orang disekitarnya. Ia berpendapat bahwa mustahil bagi dua orang individu yang berinteraksi dalam waktu yang cukup panjang untuk tidak menunjukkan peningkatan dalam peniruan perilaku secara timbal balik. Ia juga memandang imitasi memainkan peranan yang sentral dalam transmisi kebudayaan dan pengetahuan dari suatu generasi ke generasi selanjutnya. Dengan pengamatan tersebut, Tarde sampai pada pernyataan yang

²²Robert H.Lauer, *Prespektif Tentang Perubahan Sosial*,(Cet. IV Jakarta: PT Retika Citra 2013), h. 66

mengatakan bahwa “*society is imitation....*”.²³ pernyataan ini didukung oleh Mc Dougal, pengarang buku teks psikologi yang pertama.

Imitasi harus dibedakan dengan peniruan gerakan yang sama saja (mimikri) maupun dengan meniru tujuan (emulasi), namun pada proses imitasi manusia melakukan prinsip peniruan suatu aksi dengan memahami tujuan aksi dan diarahkan oleh pencapaian target tujuan (*goal*).

Perilaku khalayak jelas amat dipengaruhi oleh media massa, hal ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Sebenarnya isi media massa dapat memberikan dua pengaruh pada khalayak. Isi media massa yang disukai khalayak cenderung akan disitu oleh masyarakat, sebaliknya bila isi media massa itu tidak disukai khalayak, maka khalayak pun akan cenderung untuk menghindarinya. Sebagai contoh, video *prank* menjaili teman untuk asyik-asyikan tanpa berfikir bahwa hal tersebut tidak menuntut kemungkinan teman menerima kelakuan kita tentu akan menghindari perilaku tersebut, apa yang dia lihat akan berdampak seperti, rusaknya hubungan pertemanan, membenci, dan perkelaian. Mereka tentu akan meniru isi media massa tersebut dan bahkan tidak berfikir panjang sebelum bertindak. Bukankah itu suatu kemungkinan yang sangat amat mungkin terjadi pada manusia dalam kehidupan sebagai makhluk sosial.

Dalam teori ini, individu dipandang secara otomatis cenderung berempati dengan perasaan orang-orang yang diamatinya dan meniru perilakunya.²⁴

²³William Rainey Harper, *Sociology* (Cet.II Amerika serikat The Chicago Manual Of style, 2011), h. 106

Komunikasi massa menampilkan berbagai model untuk ditiru oleh khalayak. Media cetak mungkin menyajikan pikiran dan gagasan yang lebih jelas dan lebih mudah dimengerti dari pada yang dikemukakan oleh orang-orang biasa dalam kehidupan sehari-hari. Media *pictorial* seperti media online dan media elektronik secara dramatis mempertontonkan perilaku fisik yang mudah dicontoh. Melalui *youtube*, *instagram*, dan *Whatsapp*, yang dapat dilihat secara mudah. Teori peniruanlah yang dapat menjelaskan mengapa media massa begitu berperan dalam menyebarkan mode berpakaian, berbicara, atau berperilaku tertentu lainnya.

2.3 Tinjauan Konseptual

Penelitian proposal ini berjudul Dampak Video *Prank* Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat di Kota Parepare. Ada beberapa hal yang digunakan dalam judul penelitian proposal ini untuk mengkaji fokus penelitian agar tidak terjadi salah paham dan penafsiran dalam memahami penelitian sipeneliti yakni :

2.3.1 Dampak media

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, bahkan memberi komentar secara terbuka, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Tidak dapat pula dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya kalangan remaja, media sudah menjadi candu yang membuat penggunanya tiada hari tanpa membuka media sosial.

²⁴Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008),h.216.

Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman. Dalam media sosial siapapun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir. Hal ini dikarenakan dalam internet khususnya media sosial sangat mudah memalsukan jati diri atau melakukan kejahatan. Namun saat ini seringkali remaja beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media sosial maka mereka akan semakin dianggap keren dan gaul. Sedangkan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno atau ketinggalan jaman dan kurang bergaul.

Sebelum kita membahas pengaruh dan dampak media, maka kita akan terlebih dahulu, menjelaskan sedikit mengenai pandangan media dikalangan masyarakat. Hampir seluruh lapisan masyarakat, baik dari segi positif maupun negatif dari penggunaannya. Media saat ini dibutuhkan masyarakat, baik dalam bentuk informasi, hiburan bahkan tenaga kerja sekaligus, hanya saja dalam media perlu diketahui baik kalangan anak mudah maupun tua dan kalangan kaya meupun menengah ke bawah. Bahkan pada umumnya, saat ini anak-anak usia 5 tahun hingga 12 tahun yang menjadi pengguna paling banyak dalam memanfaatkan kemajuan media informasi dan teknologi pada saat ini.²⁵ Oleh karena itu, tidak heran jika dampak positif dari perkembangan media sebagai generasi *multi-tasking*.

²⁵Syifa Ameliolle & Hanggara Dwi Yudha, *Perkembangan media informasi dan teknologi terhadap anak dalam era globalisasi*, Skripsi (Universitas Brawijaya; Fakultas Pertanian: Malang, 2013), h.364

Jejaring sosial juga berdampak pada anak dan remaja di masa sekarang, yaitu generasi *Millenial* saat ini, memiliki berpenampilan dan berperilaku tidak biasa dilihat. Mereka ingin diperhatikan akan tetapi lebih memilih cuek dengan masalah yang terjadi didekat mereka. Generasi yang sering disebut dengan julukan “Alay”. Seseorang yang dikategorikan alay pada umumnya memiliki perilaku unik dalam hal bahasa dan gaya hidup, gaya, terutama dalam bahasa tulis, alay merujuk pada kesenangan remaja menggabungkan huruf besar dan kecil, menggabungkan huruf dengan angka dan simbol, atau menyingkat secara berlebihan. Inilah salah satu pandangan masyarakat mengenai perkembangan media di generasi millenial.²⁶ Sehingga kita akan mengkaji dampak positif dalam menggunakan media adalah:

2.3.1.1 Mempermudah kegiatan belajar, karena digunakan sebagai sarana untuk berdiskusi dengan teman sekolah atau teman kuliah tentang tugas.²⁷ Seperti mencari informasi, di era globalisasi ini perkembangan teknologi dengan kecanggihannya, sehingga adanya media sebagai pertolongan kedua selain buku. Karena tidak semua buku yang disediakan itu ada, salah satu kampus tercinta kita IAIN Parepare, mempunyai keterbatasan di dalamnya. Buku terbatas sehingga dibutuhkan media, baik media elektronik maupun media online.

²⁶Nisa Khairuni, *Dampak positif dan negatif sosial media terhadap pendidikan akhlak ana, Skripsi* (Universitas UIN Ar-Raniry; Pascasarjana:Banda aceh,2016), h. 99 -100

²⁷Nisa Khairuni, *Dampak positif dan negatif sosial media terhadap pendidikan akhlak anak, Skripsi* (Universitas UIN Ar-Raniry; Pascasarjana:Banda aceh,2016), h. 101-103

2.3.1.2 Mencari dan menambah teman atau bertemu kembali dengan teman lama, baik itu teman kuliah, ataupun teman sekolah, dan di lingkungan bermain maupun teman yang bertemu melalui jejaring sosial lain. Ada berkata, yang jauh semakin dekat dan yang dekat semakin lebih dekat, karena adanya media membantu kita menjaling silaturahmi. Dahulu tanpa adanya media berkomunikasi dengan keluarga jauh itu sulit sekali, menggunakan surat, itu tidak sekilat cepat sampai, telepon pun dulu kalau di kampung saya hanya satu orang yang mempunyai, itupun orang menengah atas. Kita bisa berkomunikasi dengan memintah tolong sesama tetangga. Munculnya media, silaturahmi berjalan dengan baik sesama keluarga jauh.

2.3.1.3 Menghilangkan kepenatan pelajar, ini bisa menjadi obat stres setelah seharian bergelut dengan pelajaran kuliah. Misalnya, menonton di *youtube*, *instagram* dan status *whatapp*. Mengomentari status orang lain yang terkadang lucu dan menggelitik, bermain game, dan lain sebagainya. Sebagai hiburan tersendiri sehabis belajar bahkan terkadang kita belajar tutorial make-up, bahkan lebih viral saat ini hiburan video lucu seperti video *prank*.

2.3.1.4 Memudahkan untuk mempromosikan suatu aksi sosial misalkan, kita mengadakan bantuan kepada orang yang membutuhkan seperti menggalang dana adanya bencana alam, sakit dan bantuan sosial lainnya.²⁸ adanya media seperti, *Intagram*, *whatapp*, *twitter*, *facebook* dan media lainnya. Selain

²⁸Zukhria Budi Ramadhani, *Perkembangan Teknologi, Dampak Positif dan Negatif Situs Jejaring Sosial Media di Kalangan Remaja*, Skripsi (Universitas UIN Ar-Raniry; Pascasarjana: Banda Aceh, 2016), h. 110

menghebat waktu, lewat sosial media akan diketahui oleh seluruh masyarakat Indonesia bahkan dunia sekalipun yang memiliki akun tersebut. Baik itu bentuk sosial maupun kampanye tentunya hal ini positif memberitahukan masyarakat maupun orang berbagai dunia manapun untuk ikut serta dalam aksi tersebut.

2.3.1.5 Sebagai wahana mencari penghasilan, berkembangnya teknologi media salah satu sebagai penghasil uang. Yang memudahkan menjual barang hanya modal koutak dan memposting apa saja yg dijual, di era *millenial* ini. Karena, kecanggihan media sehingga masyarakat baik dalam bentuk menjual dalam tokoh, warung itu tidak menuntuk kemungkinan orang bisa kesana, dengan bantuan media jejaring sosial ini sudah banyak beredar di media seperti penjual *online*, *Ol-shop* make up, ol-shop pakaian, minuman dan sebagainya. Apalagi sekarang ada lagi pengantaran barang lebih praktis lagi tanpa kesana seperti Grab, dan Goje. Media mempermudah masyarakat tinggal duduk manis aja di rumah tunggu pesanan.

Selain dampak positif sosial media juga memiliki dampak negatif media online terhadap perilaku sosial budaya dikalangan anak remaja. Adapun dampak negatif yang ditimbulkan oleh sosial media adalah: ²⁹

2.3.1.1 Kecanduan yang merupakan tindakan yang sudah terbiasa dilakukan seperti menonton, mendengar, bahkan apa yang dilihat menurutnya menyenangkan

²⁹Zukhria Budi Ramadhani, *Perkembangan Teknologi, Dampak Positif dan Negatif Situs Jejaring Sosial Media di Kalangan Remaja*, Skripsi (Universitas UIN Ar-Raniry; Pascasarjana: Banda aceh, 2016), h. 113

dan asyik dilihat sehingga kecanduannya menjadi negatif, yang dulunya tidur malam jam 9, akan berubah menjadi tengah malam. Bukan hanya itu, sehingga berpengaruh aktifitas lainnya. Lambat bangun pagi terkadang shalat pun telat, rasa ngantuk di pagi hari.

Kecanduan jejaring sosial lahirnya media online seperti; *Youtube, Instagram, Facebook, WhatsApp, games* dan media lainnya. Raut wajah tidak sehat, bahkan timbul rasa malas. Terkadang kita mendapatkan dilingkungan sekitar, ketika ibu menyuruh kita beli sesuatu di warung, itu tidak spontan lagi langsung pergi, pasti ia berkata, “*tunggu dulu habis nontonya atau main gamesnya nanti di kalah*”, karna kecanduan tersebut mempengaruhi perilaku seseorang.

2.3.1.2 Tindakan kejahatan di masyarakat sering kali kita dapatkan adanya media, orang seandainya melakukan tindakan tersebut tanpa berfikir panjang dulu. seperti penipuan sudah banyak di media, promosi secara *online* barang jualan ketika konsumen tertarik jualan. Tanpa dia pikirkan uang konsumen terkirim, namun barang tidak sampai. Tentu saja hal ini menjadi pro dan kontra dalam menggunakan sosial media agar tidak menimbulkan niat-niat jahat nantinya bukan hanya itu kejadian pencurian sana sini yang kadang terjadi lewat *facebook*.

2.3.1.3 Terganggunya perkembangan dalam lingkup sosial, menyibukan diri dengan media sosial itu juga kurang baik dilakukan terus menerus. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa kehadiran manusia lainnya. Biasa kita melihat seseorang keasyikan media sosial itu lebih mengurungkan

diri di kamar, kurangnya silaturahmi kepada tetangga. Ketika tetangga kesusaan atau ada kegiatan sosial dilakukan, dia hanya masa bodoh dengan lingkungan tersebut.

Jika kita sibuk dengan sosial media, orang sekitar kita akan terhindar dengan tingka kita yang kurang memperhatikan lingkungan, kurang pertemanan, bahkan waktu yang harusnya kita gunakan bertatap muka langsung dan mengobrol namun hal itu tidak lagi terjadi. Mengurung diri itu perlakuan yang kurang baik dilakukan. Manusia diciptakan saling tolong menolong sesama manusia.

2.3.1.4 bermain main dengan kesenangan. Manusia tidak terlepas dengan kesalahan, hanya saja ketika dibawah hal yang positif itu akan lebih baik, namun dibawah dengan negatif akan berdampak tidak baik. Tindakan meniru sesuatu, melakukan mengiseng-isengi teman atau buat tindakan konyol untuk keasyikan sendiri sebagai bentuk bermain.

Dilihat di sosial media seperti video *prank* misalnya, memprank teman dengan tindakan menakut-nakuti menjadi hantu, ketika teman takut dengan tindakan kita, akan berdampak buruk, seperti, ketakutan yang amat dalam, terutamama hal itu akan berusak mental seseorang yang tidak terbiasa dengan kekonyolan kita, mengurungkan diri tidak percaya pedoman hidupnya.

2.3.1.5 Mengganggu kesehatan tubuh, keseringan depan *smartphone* juga tidak baik kesehatan terutama mata, ketika penglihatan tidak baik akan berdampak seperti mines, pusing, mata merah dan penglihatan kurang jelas. Maka akan

menimbulkan masalah yang serius, selain itu juga akan berpengaruh pada kesehatan tubuh lainnya.

2.3.1.6 Pornografi, sosial media itu pasti didentik adanya berbagai macam filter-filter yang mengundang hasrat untuk melihatnya, walau tidak ada niat namun iklan di sosial media terkadang mengundang dan pasti ada muncul, entah itu promosi pakaian dalam tetapi pasti ada terlintas muncul. Anggapan yang mengatakan bahwa *internet* identik dengan pornografi memang tidak salah.³⁰ Hanya saja kemampuan menyampaikan informasi dibutuhkan masyarakat yang dimiliki *internet*, pornografi pun merajalela.

Di lingkungan sekitar kita sudah beberapa belakangan ini mendapatkan adengan kurang baik yang dilakukan anak remaja yang masi sekolah. Di publikasikan itu berdampak tidak baik, baik itu pelakunya maupun yang melihat. Resikonya banyak yang akan mencontohkan, bahkan pula bukan lagi dia sebarkan, ketika musuh menyebarkan malunya bukan main. Orang tua terlibat keluarga yang kurang mendidik anak namun nyatahnya tidak diajarkan seperti itu.

Selain ini menurut John Nasabith dan Particia Aburdance yang dikutip oleh Khamin Zurkhasyi menyebutkan bahwa kemajuan di bidang teknologi seperti *internet* sebenarnya dapat dapat mempengaruhi perilaku atau akhlak seseorang atau dengan kata lain perilaku seseorang ditentukan oleh hasil-hasil perilaku. Hal ini menjadikan manusia kehilangan kemanusiannya dan hanya mengarah pada

³⁰Zukhria Budi Ramadhani, *Perkembangan Teknologi, Dampak Positif dan Negatif Situs Jejaring Sosial Media di Kalangan Remaja*, Skripsi(Universitas UIN Ar-Raniry; Pascasarjana:Banda aceh,2016), h. 120

kesenangan dan kenikmatan saja, manusia akan lalai atau terbuai dengan teknologi, sehingga mereka melupakan kehidupan sosialnya di dunia nyata.³¹

Maka berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sosial media akan berdampak positif jika pengguna sosial media menggunakannya untuk hal-hal yang baik, atau yang diperlukan. Akan tetapi jika si pengguna sosial media menggunakannya untuk hal-hal yang cenderung tidak baik, maka sosial media ini akan berdampak negatif. Namun hal ini media sosial juga berdampak dalam pembentukan perilaku atau akhlak seseorang, dalam penggunaan media sosial orang bisa jadi hanya menikmati kesenangan saja, dan menyebabkan mereka lalai dengan tugasnya di dunia ini maupun akhirat.

Media sosial sudah menjadi kebutuhan masyarakat di muka bumi ini, maka tidak heran lagi jika seseorang tidak bersosial media, maka pembahasan selanjutnya yang akan di bahasa Media *Online*, berkaitan dengan dampak, namun ini lebih mengfokuskan media *onlinenya*.

2.3.2 Media *Online*

Media *Online* (*Cyber Media*) yang merupakan media yang menggunakan wahana internet seperti Media internet dan media berbasis internet sebagai medium massa. *cyber* merupakan sesuatu yang dilibatkan komunikasi lewat komputer. *Cyberpace* adalah tempat maya dimana komunikasi terjadi. *Cyberporn* ialah kecabulan yang bisa diakses di layar komputer. Sedangkan *Cyberpunk* adalah anak

³¹Khamim Zarkasyi Putro, *Orangtua Sahabat Anak dan Remaja*, Skripsi (Yogyakarta: Cerdas Pustaka, 2015), h. 110.

mudah yang terobsesi dengan protokol dan kode komputer. Contoh: *Website, Portal Berita, Blog, Media sosial*.³²

Media *Online* atau media siber penyebutan umum kepada media berbasis telekomunikasi dan multimedia (Komputer dan *internet*). Media yang disajikan secara *online*. *Online* merupakan istilah yang terkadang dikaitkan dengan internet yang artinya sebuah informasi dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet. Bentuk saluran komunikasi yang merupakan terjadi secara online yang melalui situs *web* di internet. Media *online* termaksud *website*, *radio-online*, *pers online*. Dan beberapa media online baik berupa foto, video, musik atau berisi teks, Semua jenis tersebut yang ada di internet itu adalah media *online*. Sedangkan media *online* secara khusus semuanya berhubungan dengan komunikasi massa yang didistribusikan melalui jaringan *internet*.

Jejaring sosial merupakan situs yang mempermudah manusia dimana setiap orang bisa membuat situs atau *web page* pribadi seperti *Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter* dll. Apa yang kita lihat sekitar lingkungan kita kebanyakan anak-anak, remaja, bahkan orang tua pun ikut menggunakan situs pribadi salah satu bentuk komunikasi yang secara praktis dan mudah dilakukan baik dalam bentuk Pribadi, Kelompok, atau group. Terkadang dilakukan dalam rumah bahkan diluar rumah.

Media Tradisional media yang dahulunya digunakan oleh masyarakat sebagai bentuk komunikasi yang dapat dipahami oleh orang terdahulu. Seperti cerita prosa rakyat (mite, legende, dongeng), ungkapan rakyat (peribahasa, pemeo, pepatah),

³²John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*. (Edisi ke-8 Jakarta:Kencana, 2008). h. 263-264

puisi rakyat, nyanyian rakyat, teater rakyat, gerak isyarat (memicingkan mata tanda cinta), alat pengingat (mengirim sirih berarti meminang) dan alat bunyi-bunyian (kentongan/trong-trong, gong, dan bedug-bedug).³³

Internet dan teknologi-teknologi lain yang berkaitan yang tumbuh dan menjamur setiap tahun terakhir ini. Jutaan situs *web* tersedia dan penggunaan *email* menjadi suatu yang biasa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan *Pew Internet and American Life Project* menghasilkan informasi bahwa 93% remaja (usia 12-17) sering online. Dan dari anak-anak yang telah menggunakan *Internet* (usia 0-5), 80% nya setidaknya menggunakannya seminggu sekali.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan perubahan yang signifikan dalam pola jaringan sosial. Ada dua perspektif pada orientasi perubahan ini. Salah satunya bahwa, semakin seorang individu menghabiskan lebih banyak waktu di Internet, semakin berkurang waktu yang tersedia untuk berinteraksi dengan orang lain. Akibatnya, penggunaan internet berdampak pada penurunan intensitas interaksi sosial di dunia *offline*. Perspektif kedua adalah bahwa, Internet yang dapat memperluas kesempatan bagi orang untuk berinteraksi dengan orang lain, memberikan kontribusi tidak hanya terhadap peningkatan intensitas tetapi juga terhadap lingkup interaksi sosial.³⁴

³³Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Cet. ke-V, Jakarta:Rajawali Pers, 2010). h. 8-9

³⁴Flourensia Spty Rahayu, *Cyberbullying sebagai Dampak Negatif Penggunaan Teknologi Informasi*, Skripsi (Universitas Atma Jaya Yogyakarta; Fakultas Teknologi Industri: Yogyakarta,2011), h.23

Orang dewasa melihat Internet sebagai tempat untuk menemukan informasi sedangkan remaja lebih melihat berkomunikasi dan bersosialisasi. Perlu kita ketahui seiring perkembangan media tradisional ini menjadi pergeseran di zaman modern yang mengandalkan teknologi sebagai medium media massa. Perkembangan teknologi yang kian pesat di Indonesia. Akan terus berkembang di masa akan datang, akan mengubah pola arus informasi yang berkembang. Media tradisional yang dahulunya ada, menjadi pergeseran zaman hingga saat ini, yang digunakan namun persi tersebut berubah sesuai perkembangan. Misalnya, dilingkungan rumah anda melakukan kerja bakti atau gotong royong maka informasi itu akan cepat tersebar luas melalui satu orang ke orang lain, begitu hingga seterusnya menjadi massa.³⁵ media online saat ini berbagai macam fitur didalamnya yang mempermudah kalangan masyarakat mencari informasi, promosi, menjual dan sebagainya. Medium massa yang biasa dipakai itu seperti, *Instagram, Facebook, Youtube, Google, WhatsApp* dan sebagainya.

2.3.3 Perilaku Sosial

Kepribadian (*personality*) merupakan salah satu kajian psikologi yang lahir berdasarkan pemikiran, kajian atau temuan-temuan para ahli. Objek kajian kepribadian adalah "*human behavior*", perilaku manusia, dalam pembahasannya terkait dengan apa, mengapa, dan bagaimana perilaku tersebut. Hasil pemikiran dan temuan para ahli ternyata beragam, sehingga melahirkan teori-teori yang beragam

³⁵Nurudin, "*Sistem Komunikasi Indonesia*", (Cet. ke-V, Jakarta:Rajawali Pers, 2010). h. 101

pula.³⁶ Adanya keragaman tersebut sangat dipengaruhi oleh aspek personal (refleksi kepribadian), kehidupan beragama, lingkungan sosial budaya, dan filsafat yang dianut oleh teori tersebut.

Perilaku adalah sifat manusia yang secara umum diartikan akhlak atau moral, ditunjukkan kelakuan dengan tindakan, perasaan, keyakinan, sikap, kenangan, atau sebuah kelakuan yang bisa dilihat dari tindakan seseorang sebagai rasa hormat kepada orang lain. Sedangkan sosial adalah segala sesuatu yang mengenai masyarakat atau kemasyarakatan. Perilaku sosial menggambarkan perilaku umum yang ditunjukkan oleh individu dalam masyarakat, aktifitas fisik dan psikis seseorang terhadap orang lain atau memenuhi kebutuhan diri atau orang lain sesuai dengan tuntutan sosial, adanya respon terhadap apa yang dianggap dapat diterima atau tidak dapat diterima oleh kelompok sebaya.³⁷

Perilaku tidak terlepas dengan kelakuan seseorang ketika menanggapi masalah, sebab sifat setiap manusia tidak semuanya sama, semua berbeda dari individunya masing-masing. Di dalam hubungan antara manusia dengan manusia lain, akan terjadi reaksi dimana seseorang memiliki tindakan-tindakan yang berbeda.³⁸ Manusia akan banyak berhubungan dengan kelompok-kelompok sosial, baik yang kecil seperti kelompok keluarga, ataupun kelompok besar seperti masyarakat desa, masyarakat kota, dan bangsa.

³⁶Syamsu Yusuf & Juntika Nurihsan, “*Teori Kepribadian*”, (Cet.ke-IV, Bandung :PT Remaja Rosdakarya, 2012). h.1-2

³⁷Elizabeth B, Hurlock, *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*, (Edisi ke-5 Jakarta: Erlangga 2003). h. 262-264

³⁸Soerjono Soekanto, *Sosiologi (Suatu Pengantar)*, (Edisi ke-4 Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 1997). h. 126

Tindakan sosial diartikan sebagai perbuatan, perilaku atau aksi yang dilakukan oleh manusia untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan interaksi sosial merupakan hubungan yang terjadi sebagai akibat dari tindakan individu-individu, maka antara tindakan sosial dan interaksi sosial merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan keberadaannya. Artinya tidak akan ada tindakan yang tidak mengakibatkan interaksi sosial atau sebaliknya.

2.3.4 Video Prank

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian *Prank* dari kata benda adalah gurauan, kalakar, olok-olok, gurau, senda gurau dan seloroh, sedangkan dari kata kerja artinya untuk mengerjai, untuk memperdayai dan untuk mengolok-olok. *Prank* suatu tindakan yang dilakukan hanya hiburan sendiri atau berkelompok, prank merupakan hal yang tidak mengedukasi. Banyak dilakukan remaja dan anak-anak ikut-ikutan *ngeprank*.

Video *Prank* sudah tidak asing lagi didengar, apalagi sekarang lagi buming-bumingnya *youtubers* yang memiliki channel pribadi, baik aktifitas sehari-hari maupun aktifitas lainnya di update. Video *prank* kerap kali berada dipuncak popularitas dan paling dicari, bahkan terbaca melalui *google trends*, khususnya mulai 19- 25 mei ini. *Prank* menduduki trend teratas. Video prank semakin menjamur di Indonesia. Jika ditelusuri di google khusus pencarian video, ungguhan dengan judul

“Prank” ini adalah lebih dari 127.000.000.³⁹ jumlah ini disesuaikan dengan *database google* pada periode tertentu.

Namun semakin berkembangnya ini tahun, *prank* semakin bervariasi. Ada yang *prank* teks, seperti *youtubers* bertukar pesan dengan rekannya memanfaatkan lirik lagu. Otomatis penerima pesan kebingungan karena pesan tidak nyambung atau bahkan merasa sedang dibuat bingung karena pernyataan cinta di lirik tersebut. Kemudian ada lagi seperti *prank call*, yang dilakukan hampir sama dengan *prank* teks hanya ini mengandalkan via telpon, pada umumnya seperti mengerjai orang lain dengan berbohong, atau berpura-pura menjadi pengemis. Dan kepura-puraan lainnya yang menyebabkan kemarahan seseorang. Itulah salah satu asal mula *prank* dilakukan sehingga kecanggihan aplikasi, menjadi sebuah video *prank* yang mengabungkan visual dan audio.

Manfaat video *prank*, yang sudah banyak terlintas dipikiran masyarakat, “lalu apa manfaat video *prank* ini” pertanyaan ini sudah ada dari dulu sehingga apa yang kita pahami mengenai video *prank*, ini diartikan dengan pandangan setiap seseorang mengenai video *prank* tersebut. Misalnya, *youtubers* biasanya membuat video *prank* bertujuan menghibur para *viewers*. Mungkin ada rasa bahagia melihat seseorang dikerjai dengan demikian rupa oleh pembuatan konten.

³⁹“Video Prank”, Maya Rahma, (*Vidoe Prank dari Booming hingga di-Warning*), <http://m.kumparan.com/wartabromo/video-prank-dari-booming-hingga-di-warning-1r9xMIz9vPt> , (03 Agustus 2019).

Para penikmat *youtube* bahagia dengan keusilan-keusialan itu. Meski bisa dibilang konten kadang kelewatan, jauh dari norma yang ada. Misalnya baru-baru ini terjadi, ada *youtuber* yang nge-prank pacarnya dengan menghancurkan alat make-upnya. Sontak saja si wanita marah karena prank ini keterlaluan, netizen pun sama. Menghujat habis-habisan pembuat konten itu. Hujatan ini pula yang membuat video *prank* tersebut sempat menduduki peringkat 1 karena viewers meningkat drastis.

“*Youtube* memberikan peran yang cukup besar di dalam penyebaran fenomena ini. Beberapa media lain yang membuat *prank* juga disebabkan oleh *youtube* dan diunggah ke *youtube*. Berarti dalam hal tersebut memang media *youtube* dijadikan sebagai media utama untuk bersosialisasi terhadap fenomena *prank* ini. Keefektifan dan kelebihan yang dimiliki media *youtube* berbeda dengan media-media lainnya. Media *youtube* bisa dinikmati kapan saja berbeda dengan televisi misalnya yang hanya sekali tayang tidak dilihat lagi. Sedangkan media *youtube* kita bisa lihat kapan saja, pagi, siang malam tinggal klik saja”.

Youtube melarang kekerasan dalam pembuatan video *prank*, sebab konten berbahaya yang menyebabkan kehilangan nyawa. Termaksud *prank* yang ternyata di belahan dunia lain telah menimbulkan korban jiwa, sehingga *youtube* juga melarang konten *prank* yang menimbulkan trauma bagi para anak. Mereka pun meminta para content creator menghapus semua video tersebut. Larangan telah datang, dan *prank* awalnya gurauan ternyata bisa menimbulkan korban jiwa, atau membuat trauma bagi para anak.

“Banyaknya masyarakat yang berpartisipasi (meniru) dalam fenomena *prank* yang hits di dunia. Mereka meniru semata-mata hanya menjadikan hal tersebut sebagai *lifestyle* atau gaya hidup, ini juga dikarenakan masyarakat yang memiliki rasa tidak ingin tertinggal dari sebuah informasi”.

Adapun dasar pelaksanaan bimbingan keagamaan adalah sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Hujarat 11:49.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا سَخِرَ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونَ خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا سَاءَ عَسَىٰ أَن يَكُونَ خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَلْسَامُ فُسُوقٌ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿١١﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim”.⁴⁰

Quraish Shihab

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah laki-laki diantara kalian mengolok-olok laki-laki yang lain. Sebab, oleh jadi mereka yang diolok-olok itu lebih baik di sisi Allah dari pada mereka yang mengolok-olok. Dan jangan pula wanita-wanita Mukmin mengolok-olok wanita-wanita Mukmin yang lain. Karena, boleh jadi mereka yang mengolok-olok lebih baik di sisi Allah dari mereka yang mengolok-olok. Janganlah kalian saling mencela yang lain, dan jangan pula seseorang

⁴⁰Kementrian agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahanya, (Jawa Barat; At-Thayyib, 2012), h.516

memanggil saudaranya dengan panggilan yang tidak disukainya. Seburuk-buruk panggilan bagi orang Mukmin adalah apabila mereka dipanggil dengan kata-kata pasif setelah mereka beriman. barang siapa tidak bertaubat dari hal-hal yang dilarang itu, maka mereka adalah orang-orang yang menzalimi dirinya sendiri dan orang lain.

Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ أَبِي لَيْلَى قَالَ حَدَّثَنَا أَصْحَابُ مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُمْ كَانُوا يَسِيرُونَ مَعَ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَنَامَ رَجُلٌ مِنْهُمْ فَأَنْطَلَقَ بَعْضُهُمْ إِلَى حَبْلِ مَعَهُ فَأَخَذَهُ فَفَزِعَ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا يَجِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يُرَوِّعَ مُسْلِمًا

Artinya :

“Dari Abdurahman bin Abu Laila, ia berkata, “sahabat-sahabat Nabi SAW menceritakan padaku bahwa ketika mereka sedang berjalan di waktu ketika mereka sedang berjalan di waktu malam mereka tertidur. Lalu seorang temannya beranjak dengan membawahi tali kemudian menariknya sehingga orang yang tidur itu terkejut. Melihat hal itu, Nabi SAW bersabda, “Tidak diperbolehkan bagi seorang muslim menakut-nakuti muslim lainnya”, Shahih: Ghayah Al Maram (447).⁴¹

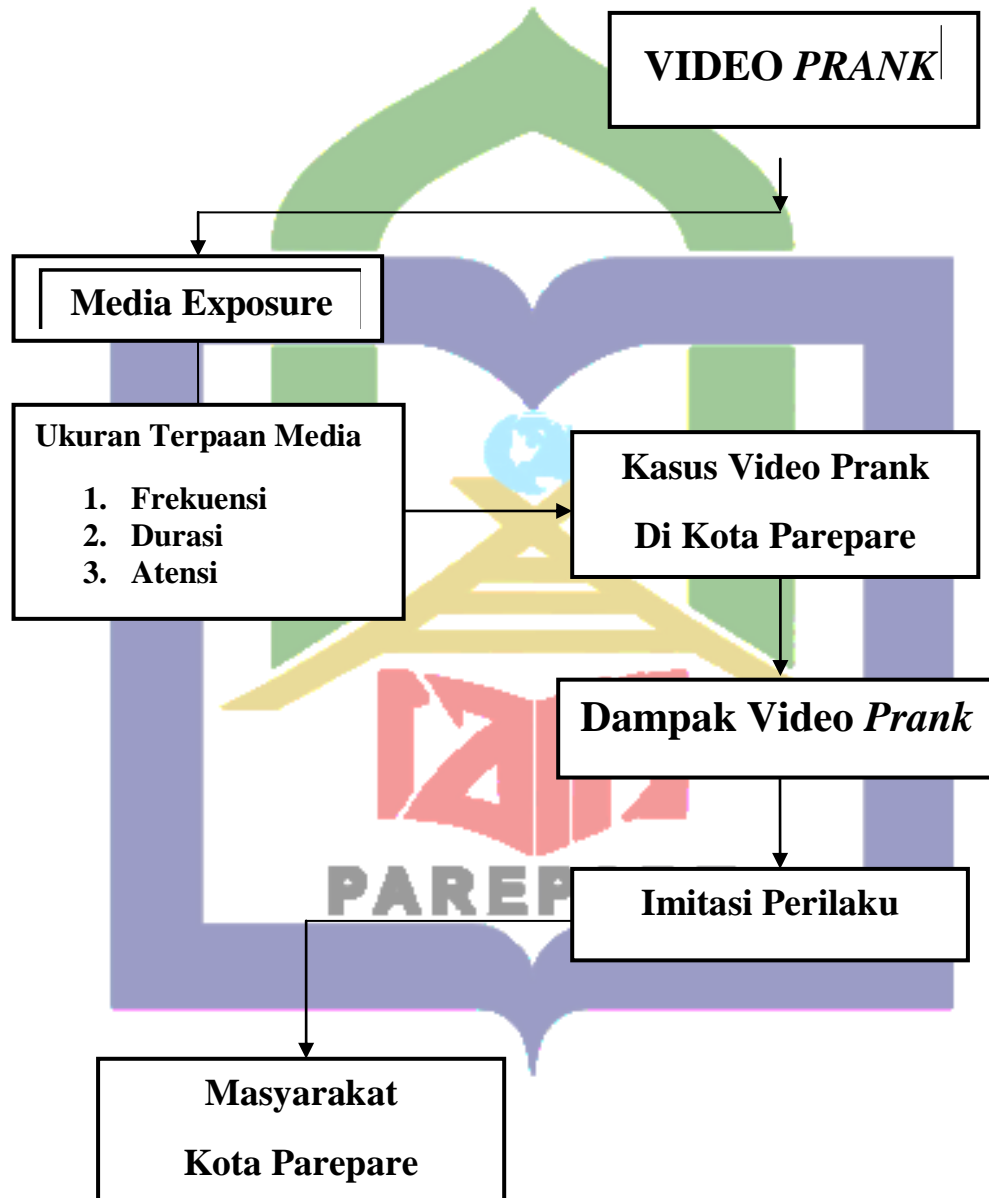
Sekalipun *prank* ini tujuannya hanya main-main, tidak serius, biar membuat orang tertawa ketika melihat kelakuan kita disaat kawanya kaget atau takut, hal ini semua dilarang. Karena menakut-nakuti muslim tidak halal dalam islam.

2.4 Bagan Kerangka Fikir

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka berpikir disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Kerangka berpikir merupakan argumentasi kita dalam merumuskan hipotesis, dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis-

⁴¹Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Abu Daud (Seleksi Hadits Shahih dari Kitab jilid 1)*, (Jakarta Selatan, Pustaka Azzam, 2014), h. 872

premis dasarnya. Argumentasi itu harus analitis, sistematis, dan menggunakan teori yang relevan.⁴² Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan mengenai video *Prank* di sosial media.



⁴²Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet I: Jakarta, PT Bumi Aksara, 2008), h. 38

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu prosedur penelitian data deskriptif berupa pesan atau ucapan serta tindakan dari subjek yang diamati, data tersebut di deskripsikan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek yang diteliti. Sedangkan desain penelitiannya adalah deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ini menggunakan metode analisis isi dengan menggunakan analisis semiotika yang merupakan salah satu metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Peneliti dibidang komunikasi menggunakan analisis teks media untuk mengetahui proses pembentukan makna. Teks dalam pengertian paling sederhana adalah kombinasi tanda-tanda. Semiotika teks dalam hal ini tidak berhenti hanya menganalisis tanda (jenis, struktur, makna) secara individu, akan tetapi melingkupi tanda-tanda yang dikombinasikan ke dalam kelompok atau pola-pola yang lebih besar (teks) yang didalamnya dipresentasikan sikap, ekspresi dan ideologi yang melatar belakangi kombinasi tanda-tanda tersebut.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilaksanakan dengan analisis video yang ditayangkan di *Youtube* dan peneliti akan menganalisis video dengan produk yang telah diambil dan waktu pelaksanaan penelitian ini yaitu kurang lebih 2 bulan. Di Kota Parepare. Peneliti akan melakukan penelitian secara penuh dibagian strategi dalam penyebaran informasi kepada masyarakat melalui media *online* seperti, *Youtube*, *WhatsApp*, *facebook*, dan lain-lainya.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah video-video *prank beserta* figur-figur yang terlibat dalam video *prank* tersebut. Video yang ditayangkan di *youtube*. Maka fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui secara penuh dibagian pesan verbal dan non-verbal dalam penyebaran video *prank* yang digunakan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat melalui media *online*.

3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini digunakan sumber data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sasaran utama dalam analisis, sedangkan data sekunder diperlukan guna mempertajam data primer sekaligus dapat dijadikan bahan pendukung atau pembanding.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan yang bersumber baik melalui wawancara kepada masyarakat. Data primer, yaitu data

tekstual yang diperoleh dari video *prank di Youtube*. Media *online* seperti , Orang tua, orang dewasa, pelaku video *Prank*, pengguna video *prank*, anak-anak dan remaja, serta wawancara kepada masyarakat. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dilapangan yang bersumber dari hasil wawancara yang diperoleh. Berdasarkan data penelitian dari lokasi penelitian maka yang menjadi responden adalah orang tua/ masyarakat kampung yang berjumlah 20 orang, menjadi sampel adalah orang.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari *youtube*, *instagram*, dan *facebook* dan *whatsapp*. Yang berhubungan dengan objek penelitian, jurnal, skripsi dan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data melalui dokumentasi atau buku-buku ilmiah, dokumen-dokumen resmi.⁴³ Menjelaskan fenomena *prank* dikalangan masyarakat baik dari pandangan masyarakat menanggapi setiap hal yang viral di media sosial dan menerimahnya dengan pikiran yang positif. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data pendukung bagi data primer yang sudah diperoleh dari bahan-bahan literature seperti dokumen-dokumen serta laporan-laporan dan kepustakaan lainnya, dan yang berhubungan dengan dampak video *prank* terhadap imitasi perilaku masyarakat kota Parepare.

⁴³Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek", Edisi Revisi IV (Cet II, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998).h.114

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.⁴⁴ Pada penelitian ini, peneliti adalah ujung tombak sebagai pengumpul data atau lebih dikenal dengan instrumen. Oleh karena itu, seorang pengumpul data (peneliti) adalah orang yang betul-betul mampu membaca fakta serta bisa membawa pulang fakta dalam arti semu berupa data-data hasil penelitian. Di setiap pembicaraan mengenai metodologi penelitian, persoalan teknik pengumpulan data menjadi amat penting. Teknik pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Oleh sebab itu, kesalahan penggunaan teknik pengumpulan data atau metode pengumpulan data tidak semestinya, berakibat fatal terhadap hasil-hasil penelitian yang dilakukan. Maka dalam penelitian ini, peneliti mencari data yang dibutuhkan dan diperoleh dengan cara yaitu: Metode kualitatif yaitu dengan menghimpun data menggunakan metode sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung pada masyarakat dilokasi penelitian tentang kontribusi pendapatan bagi hasil. Informasi yang didapat dalam observasi adalah pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian, atau peristiwa pada lokasi penelitian, observasi dilakukan untuk menyajikan gambaran realistis pelaku dan kejadian, menjawab pertanyaan, maupun membantu mengerti perilaku

⁴⁴Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h.137.

manusia.⁴⁵ Penelitian akan mengobservasi tinjauan langsung kepada masyarakat dari penikmat tontonan *prank* dan perilaku masyarakat di kota Parepare.

3.5.2 Wawancara

Wawancara yaitu komunikasi dengan informan untuk menggali keterangan informan mengenai kontribusi pendapatan bagi hasil. Teknik yang akan digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan. peneliti akan mewawancarai masyarakat di kota Parepare terhadap dampak video *prank* terhadap perilaku masyarakat kota Parepare.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, *youtube*, dan *instagram*, masyarakat dan kreator dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.⁴⁶ Sebagai salah satu pelengkap dalam penelitian ini.

3.5.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mensistematisasikan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami, supaya peneliti bisa menyajikan apa yang didapatkan dari informan. Pekerjaan analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan

⁴⁵Juliansyah Noor, *Metodologi penelitian*, (Cet I, Jakarta: Kencana, 2001). h. 140

⁴⁶Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007). h. 191

mengategorikan data yang terkumpul baik dari catatan, lapangan, foto, atau dokumen berupa laporan.

Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan merealisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berisikan dengan fenomena yang bersangkutan. Pengelolaan data dalam penelitian lapangan berlangsung sejak proses pengumpulan data yang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi data.⁴⁷ Terdapat tiga teknik analisis data kualitatif, sebagai berikut:

3.5.5 Reduksi Data

Dari data-data yang diperoleh dalam peneliti tentang dampak media online dan perilaku sosial terhadap video *prank*, hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

Data yang diperoleh dari lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang terinci. Laporan-laporan itu perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal penting, dan dicari tema serta polanya. Jadi laporan lapangan sebagai bahan “mentah” disingkatkan. Direduksi, disusun lebih sistematis,

⁴⁷Husain Usman & Purnomo setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Cet VI, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006). h. 86

ditunjukkan pokok-pokok penting, diberi susunan yang lebih sistematis, sehingga mudah untuk dikendalikan.⁴⁸ Reduksi data merupakan bagian dari analisis dapat pula membantu dalam memberikan kode kepada aspek-aspek tertentu.

3.5.6 Penyajian Data

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif, Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian sebelumnya.

3.5.7 Penarikan Kesimpulan

Dari data yang didapat oleh peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Pada awalnya kesimpulan itu kabur, akan tetapi lama-kelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.⁴⁹ Turun langsung ke masyarakat lebih jelas mengkaji hasil yang ingin diperoleh oleh masyarakat tersendiri terkait penelitian ini yang merupakan dampak yang akan didapatkan kepada orang yang meniru aksi video *prank* ini.

⁴⁸Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, h. 204

⁴⁹Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta:Universitas Indonesia Press, 1992), h. 16.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Terpaan Media (Media Exposure)

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Terpaan dapat diartikan sebagai alat mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian yang dapat terjadi pada masyarakat baik individu maupun kelompok sosial. Terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan intensitas.

4.2 Youtube

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawanya *Paypal* pada february 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagai video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML 5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termasuk klip film, klip Tv, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini.

Kebanyakan konten video di youtube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti *CBS*, *BBC*, *Vevo*, *Hulu*, dan organisasi lain sebagai bagian dari program kemitraan *youtube*. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten *ofensif* hanya bisa

ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih. Pada november 2006, *youtube*, LLC diberi oleh Google dengan nilai Us\$ 1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google.

Media sosial *youtube* membagikan dalam bentuk video, memberikan kita alat yang bisa kita kenal dengan *channel*. *Channel* ini dapat dimiliki semua orang yang telah memiliki akun. Di *channel* ini pengguna dapat mengunggah video sesuai kategori yang diinginkan.

“iya, memang satu-satunya tempat yang paling baik untuk meng-upload video-video berbagai konten yaitu di *youtube*, karena iya kemungkinan besar untuk mendapat banyak *viewers* yaitu di *youtube*”⁵⁰

Berdasarkan yang dikatangkan oleh Muhammad Restu Singgih diatas, sesuai apa yang ada saat sekarang ini dikarenakan benar adanya bahwa aplikasi *youtube* adalah aplikasi nomor 1 di Indonesia yang menjadi pilihan utama dalam mengupload video-video. *Youtube* yang merupakan anak perusahaan dari google. Dengan pendirinya yaitu Chand hurley, Steven chen, dan Jawed karim. *Youtube* adalah untuk memberikan penggunanya kebebasan untuk menyampaikan pendapat atau opini pribadi kepada masyarakat lain du dunia menggunakan video yang diunggah oleh pengguna di dunia pada setiap pengguna. *Youtube* juga membagikan nilai-nilai dasar kebebasan utama untuk menjadikan jati diri lebih baik seperti, Kebebasan untuk berekspresi, kebebasan mendapat informasi, kebebasan menggunakan pelung dan kebebasan memiliki tempat berkarya.

⁵⁰Muh.Restu Singgih, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Soreang, 28 Desember 2019.

4.2.1 Konten video *prank* terpopuler di *Youtube*

Hampir setiap orang mengakses *youtube*, mulai dari usia mudah hingga usia tua sekalipun. Seketika banyak orang-orang yang bercita-cita menjadi seorang *youtubers*, apalagi setelah melihat kesuksesan para *youtubers* saat sekarang ini. Baik dari segi ketenaran maupun materi yang diperoleh adapun beberapa jenis konten video yang paling banyak di *youtube* berikut diantaranya *Vlog*, film Pendek, *Cover* lagu, *Komedi*, *Live Video*, dan salah satunya video *prank* yang lagi terpepuler di *youtube*. Sehingga video *prank* menjadikan masyarakat sebagai lahan bisnis, promosi *brend* bahkan adapula yang menjadikan sebagai hiburan.

4.3 Kreator *Prank* Kota Parepare

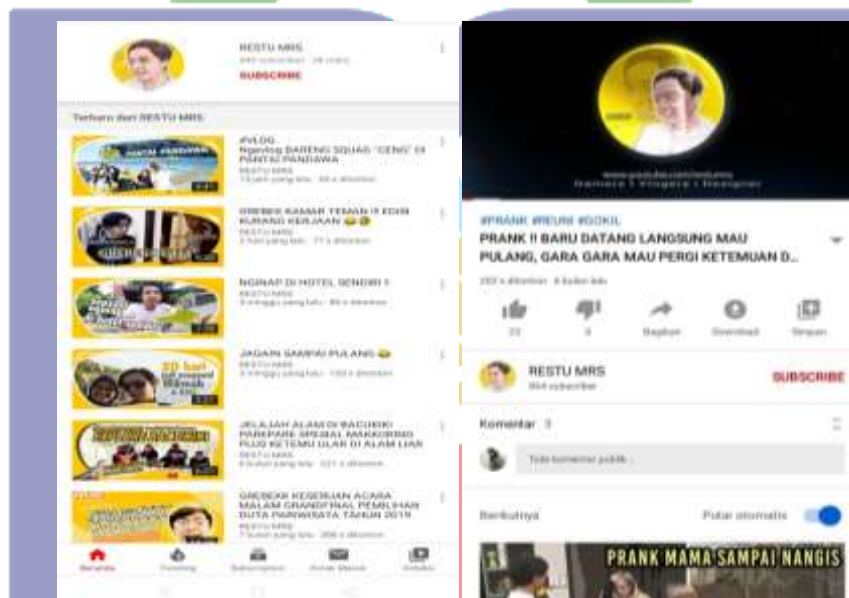
Kemampuan setiap orang pastinya ada yang dia bawah dari sejak ia lahir, kemampuan ini berbeda-beda bagi setiap individu misalkan, ada yang berbakat di bidang olahraga, kesenian, berbakat dalam ilmu pengetahuan dan bidang lain sebagainya. Berawal dari kemampuan setiap individu yang selalu dikembangkan maka tidak lama kemudian akan memunculkan ide-ide dan kreatifitas dalam bidangnya masing-masing. Terakhir, tinggal bagaimana seorang kreator mengaplikasikan ide dan kreatifitasnya yang akan menjadi tontonan di publik atau masyarakat luas.

4.3.1 Kreator Muhammad Restu Singgih

Muhammad Restu Singgih, seorang kreator kota Parepare yang lahir di Kendari, tanggal 25 April 1997 beragama Islam. Usia 22 tahun tinggal di Btn Permai soreang kota Parepare. Dengan identitas seorang mahasiswa. Seorang kreator yang

memiliki 840 subscriber dan 34 video di *channel youtube* nya. 1 video *prank* di *channel* nya dan 33 *vlog* dibuatnya. Ia berfokus pada *vlog*, namun kali ini merasa ingin mencoba hal yang baru sehingga terlintas di benak kepala membuat video *prank* berjudul *PRANK !! BARU DATANG LANGSUNG MAU PULANG, GARA-GARA MAU PERGI KETEMU DENGAN CEWEK EDISI REUNI*. Ditonton 174 kali dengan menyukai 22 orang. Dipublikasikan tanggal 15 November 2019.

Gambar 4.1 Unggahan Video *Prank* karya Restu Mrs⁵¹



Kreator Restu menyatakan mengenai *prank* yang dibuat pertama kalinya itu secara tiba-tiba disaat itu. Tapi dari dulu ada niat namun kali ini video *prank* dibuatnya memberi apresiasi oleh teman yang melihat *channel* itu menarik padahal sebelumnya banyak video dibuatnya mulai dari video dokumenter, *vlog* bahkan tutorial pun ada di *channel youtube* nya. Adapun yang perlu diketahui dalam

⁵¹Tangkapan Layar <http://www.youtube.com/channel/UC8gBoxIJX74Pxo-30jslsmQ> dari *Channel Kreator Prank Parepare, Restu Mrs*, tanggal 5 Januari 2020.

pembuatan video *prank* oleh *kreator* Muhammad Restu Singgih, maka kita akan melihat dari beberapa terpaan media yang digunakan dalam penjelasan video-video yang dibuat ialah :

4.3.1.1 Frekuensi

Frekuensi yang digunakan berbeda-beda setiap harinya, bahkan ada yang menonton seminggu sekali dan satu bulan sekali tergantung penonton ingin menontonnya. Karena seseorang memiliki kesibukan berbeda setiap kelompok sosial. Maka melihat frekuensi dalam *channel* ini tidak ada batasan ketika ingin dilihat. Tidak menayangkan dengan batasan, perlu dipahami *channel* setiap orang itu berbeda, ada yang menayangkan seminggu sekali ada yang sebulan sekali lalu diperbaruhi. Berbeda dengan *channel prank* yang dibuat. Sekali di *upload* itu akan tersimpan selamanya kecuali seorang kreator menghapus video tersebut dari *youtube* maka tidak terlihat lagi atau tidak bisa ditonton.

“video *prank* saya buat itu, pertama kalinya saya buat dan ku tampilkan di *channel* saya, tidak ada batasnya satu minggu, sebulan. Itu tidak ada sama sekali. Kecuali ada ketentuan dari *youtube* mengatakan setiap *channel youtube* harus didalinya menampung segini, nhaa maka saya cari video saya sudah lama lalu di hapus. Jika tidak ada hal seperti itu biar setahun didalam tidak bakalan saya hapus sebab saya tidak menuntut kemungkinan video saya buat saja. Aktifitas ku banyak bukan hanya buat video. Jadi kalau lagi tidak ada kesibukan. Baru buat video lagi”⁵²

Seorang kreator tidak bisa mengontrol atau mengetahui secara pasti jumlah *viewers* dalam sehari dikarenakan kreator juga tidak mungkin *online* dalam kurun waktu 24 jam. Dikarenakan juga memiliki kesibukan lain jika sehariannya.

⁵²Muh.Restu Singgih, *Kreator Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Soreang, 28 Desember 2019.

4.3.1.2 Durasi

Durasi atau lamanya menayangkan program, suatu program harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama menyaksikan tayangan video tersebut, ketika diperhatikan *channel* ini pertama kali seorang kreator membuat *prank* kemudian banyak tanggapan orang yang menontonnya, diketahui bahwa Restu, bukan hanya di tayangkan di *youtube* namun menayangkan juga di *Instagram* dan *WhattsApp* sebagai bentuk untuk promosi di media lain. Sehingga menarik kesimpulan dari hasil wawancara mengatakan banyak terhibur melihat video yang pertama kali dibuat jadi ada daya tarik sendiri, bahkan setelah video ini di *upload* kreator memiliki ide mau buat *channel prank* lagi, khalayak tertarik dengan *prank* yang sudah dibuatnya. Berarti sudah mendapatkan daya tarik seorang kreator berkarya.

Berdasarkan kebijakan dalam menggunakan *youtube* tidak ada batasan dalam ukuran upload maksimal dalam ketentuan *youtube* yaitu 128 GB atau berdurasi sekitar 12 jam jadi pada saat ini mungkin kita dapat melihat video yang durasinya lebih dari 12 jam. Selanjutnya batasan dalam mengupload video tidak ada dalam *youtube* hanya saja yang perlu diperhatikan adalah perilaku kreator *youtube*, baik didalam maupun diluar *platform* agar tidak membahayakan pengguna, komunitas, karyawan, dan lain sebagainya.

4.3.1.3 Atensi (Perhatian)

Indikator intensitas dalam penelitian ini diukur dari faktor khalayak menyaksikan adegan tersebut apakah khalayak melakukan kegiatan lain saat

menyaksikan tayangan tersebut, seperti biasanya masyarakat atau kelompok sosial memiliki aktifitas berbeda setiap individu maka jika kita golongkan orang tua, dewasa, dan remaja mungkin bisa disimpulkan bahwa lebih dominan aktif dalam media sosial adalah anak-anak dan remaja lebih kemungkinanya umur seperti itu lebih aktif, sehingga atensi perhatian ini tidak menuntutu kemungkinan menonton video *prank*. Restu menanggapi atensi ini,

“sulit, kalau ini dipertanyakan, keran semua orang tidak hanya nonton video *prank* mungkin hanya sekedar yang lagi galau atau butu hiburan itu lagi tidak sepenuhnya pada video *prank*, sebab manusia itu berbeda sifatnya, ada suka nonton, main games, olahraga, bernyanyi, dengar musik dan bahkan ada suka kumpul sama teman. Jadi sulit untung mengetahui atensi dalam hal seperti ini”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka frekuensi dalam *channel youtube* saudara Restu, pertama kali membuat video *prank* tidak ada batasan seminggu, sebulan atau pertahun, karena membuat video tidak merugikan biar berapa lama disimpan, kecuali jika ada ketentuan *youtube* memberi batasan sehingga kami bisa memberi batasan tayangan video yang kami buat pertama kalinya. Durasi dalam *channel* ini dan sangat memuaskan dan adanya daya tarik penonton. Mengapa, karena pertama membuatnya sudah banyak yang minta video baru lagi, padahal katanya hanya penasaran sehingga adanya kertertarikan penonton tersebut, kemudian atensi yang dibuatnya tidak bisa mengetahui sekali jika di pandang dengan atensi, karena semua masyarakat mempunyai kesibukan sendiri walaupun sudah banyak hiburan di media tidak menentut kemungkinan orang lebih berfokus pada tontonan video *prank*.

4.3.2 Kreator Muhammad Erwin

Muhammad Erwin, seorang *kreator* kota Parepare. nama channel di youtube Eboll Arsyad. Lahir 6 september 1999 , dengan usia 20 tahun tinggal di Parepare, Jl.Takallao Parepare. Identitas seorang karyawan PT IMIP. Seorang kreator yang memiliki 1,44 rb subscribe mempunyai 17 video dan 5 video *prank* diantara video lainnya seperti Dokumenter, vlog, dan *prank*. aplikasi yang digunakan kinimaster pro. Ungkapan Eboll, mengatakan video *prank* didapatkan dari ide sendiri namun sebelumnya sudah dilihat dari beberapa daerah sehingga termotivasi membuat video di kota Parepare. maksud dalam membuat video tersebut untuk menghibur jika kelak viral apalagi bisa menghasilkan uang, keuntunganya berlibat ganda dan jaman sekarang jika kita viral di bibir masyarakat terkadang dapat job *endors* . untuk saat ini sudah banyak yang buat video *prank* tapi kita tidak terlepas dengan menghibur.

Video *prank* dibuat hanya semata hiburan sehingga konten-konten yang dibuat tidak ada kekerasan maupun perilaku yang tidak baik. Salah satu karya video *prank* dibuat ialah :

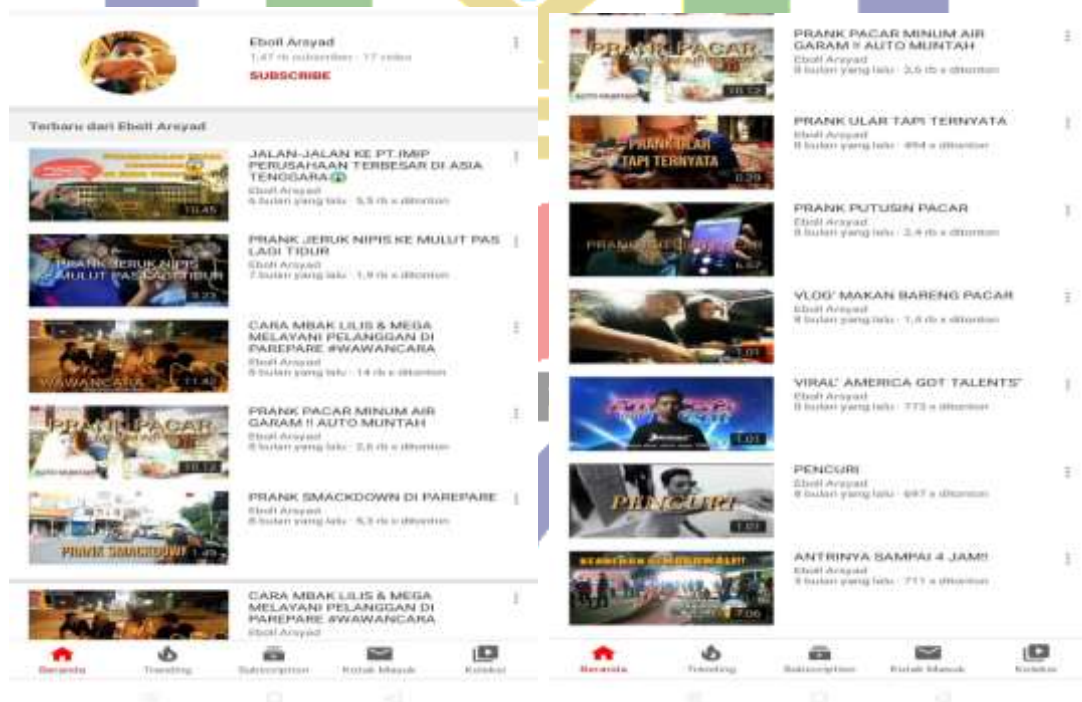
Tabel 4.1 Video *Prank* berdasarkan diakses pada tanggal 5 Januari 2020

No	Judul <i>Prank</i>	Tontonan	Durasi	Suka/like	Tidak Suka	Waktu Tayangan
1.	<i>Prank</i> jeruk nipis ke mulut pas lagi tidur	1,884	3:23 Menit	82 Like	2 orang	5 Bulan
2.	<i>Prank</i> pacar minum air garam !! Auto muntah	2,679	10:12 Menit	178 Like	7 orang	7 Bulan
3.	<i>Prank</i> Smackdown di Parepare	5,255	1:49 Menit	361 Like	15 orang	7 Bulan

No	Judul <i>Prank</i>	Tontonan	Durasi	Suka/like	Tidak Suka	Waktu Tayangan
4.	<i>Prank</i> orang bisu nanya alamat	1,233	3:20 menit	75Like	2 orang	7 Bulan
5.	<i>Prank</i> Putusin pacar	2,459	6:57 menit	171 Like	7 orang	8 Bulan

Hasil penelitian yang didapatkan apabila melihat tabel diatas ditinjau dari respon masyarakat yang cukup positif menanggapi video *prank* yang diunggah dari saudara Muhammad Erwin, bisa dilihat pada bagan jumlah *like* berbanding jauh dengan tidak suka. Terlihat penontonya cukup banyak setiap video di *upload*.

Gambar 4.2 Unggahan Video *Prank* di *Youtube* karya Muhammad Erwin⁵³



⁵³Tangkapan Layar <http://www.youtube.com/channel/UCBbbbcY-xkjYtYxLFhm7HbA> dari Channel Kreator *Prank* Parepare, Muhammad Erwin, tanggal 5 Januari 2020.

Gambar diatas bentuk tampilan ketika kreator membuka *channel* *youtube*nya. Jadi ketika seorang kreator ingin mengetahui jumlah-jumlah *like* dan jumlah penonton bisa langsung membuka *channel*nya dimanapun berada. salah satu bukti tampilan video *prank* kreator yang cukup banyak diminati masyarakat menontonnya. Bukan hanya video *prank* di *youtube* namun beberapa video di dalam yang menghibur masyarakat.

Gambar 4.3 Unggahan Video Prank di Instagram Muhammad Erwin⁵⁴



⁵⁴Tangkapan Layar <http://instagram.com/eboll21?igshid=3i7zflcadjy2> dari Channel Kreator Prank Parepare, Muhammad Erwin, tanggal 5 Januari 2020.

Adapun yang perlu diketahui dalam pembuatan video *prank* oleh kreator Muhammad Erwin, maka kita akan melihat dari beberapa terpaan media yang digunakan dalam penjelasan video-video yang dibuat ialah :

4.3.2.1 Frekuensi

Frekuensi yang digunakan berbeda-beda setiap harinya, bahkan ada yang menonton seminggu sekali dan satu bulan sekali tergantung penonton ingin menontonnya. Dari hasil penelitian ini kebanyakan penonton hanya menonton sekali, atau dua kali. Namun ada pula yang menonton berulang kali sekedar ada video-video tersebut berkesan bagi penonton. Tergantung individu bagaimana seseorang merasa nyaman dalam menonton video *prank*. video *prank* yang dibuat saudara Eboll tidak memiliki target batasan dalam videonya. Ia lebih fokus pada video-video yang dibuat.

4.3.2.2 Durasi

Durasi atau lamanya menayangkan program, suatu program memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tarik selama mungkin dalam menyaksikan tayangan video *prank*. durasi yang digunakan sebagaimana kreator mengaplikasikan video-video yang dibuat tergantung adegan-adenganya cukup panjang dan kemungkinan menghampiri 40 menit durasi yang terkadang video menjadi durasinya panjang. Saudara Eboll mengatakan,

“sampai saat ini video prank yang saya buat itu tergantung judul video yang saya buat karena pengalaman saya sebagai pembuat video pasti menghampiri 1 jam tergantung videonya dan kesulitan membuatnya, pastinya ada tantangan”⁵⁵

Dari hasil wawancara diatas membuktikan bahwa dalam pembuatan video sangatlah tergantung dari tingka pengalaman dan kemampuan seorang kreator dalam mengoprasikan aplikasi-aplikasi pendukung dalam pembuatan video prank. Kemudian tingka tantangan juga sangat berpengaruh kepada durasi video-video yang akan dibuat.

4.3.2.3 Atensi (perhatian)

Perhatian atau atensi yang diberikan khalayak untuk menonton tayangan tersebut, apakah khalayak melakukan kegiatan lain saat menyaksikan tayangan tersebut. Hasil yang kami dapatkan dari penelitian ini dari ungkapan kreator sebelumnya tidak jauh beda dari atensi kreator yang lain, dalam ini diketahui masyarakat pasti memiliki kesibukan tersendiri baik kelompok sosial maupun individu, video *prank* hanya sebagai hiburan tidak lebih dari itu, ataupun ada hal menarik mungkin hanya sekedar mengiburkan diri yang suka nonton video *prank*, berbeda dengan sinetron, vlog, kuliner mungkin ada yang menunggu atau berupaya bisa melihatnya.

“Begini kak, ini video prank terus video prank itu dalam channel saya berbeda-beda, jika ada yang suka atau tidak suka bisa dikomentor atau masukan, semua orang punya kesibukan, apalagi saya yang membuat video prank bukan saja video yang saya buat, saya juga punya aktifitas lain, saya

⁵⁵Muhammad Erwin, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, kecamatan Bacukiki, 2 Januari 2020.

itu kerja kak, jika diperhatikan mungkin banyak nonton video saya sekedar penasaran atau hiburan”⁵⁶

Dari hasil wawancara diatas mengenai frekuensi, durasi, dan atensi yang berpendapat pada kreator berbeda-beda dalam frekuensi seperti kebanyakan penonton hanya menonton sekali, atau dua kali. Namun ada pula yang menonton berulang kali sekedar ada video-video tersebut berkesan bagi penonton. Tergantung individu bagaimana seseorang merasa nyaman dalam penonton video *prank*. Durasi atau lamanya suatu program untuk mempertahankan daya tarik menyaksikan tayangan video *prank* video-video yang dibuat tergantung adegan-adenganya yang cukup panjang dan kemungkinan menghampiri 40 menit durasi yang terkadang video menjadi durasinya panjang. Atensi dalam wawancara ini sama ungkapan kreator lainnya, tidak bisa dilihat atau mendeskripsikan seseorang menonton video yang dibuat, diketahui masyarakat pasti memiliki kesibukan tersendiri baik kelompok sosial maupun individu.

4.3.3 Kreator Husnul Maulana

Husnul Maulana, seorang *creator* kota Parepare. Lahir di Parepare 25 Juli 1997, dengan usia 22 tahun tinggal di Parepare, Jln.Mattirotasi no. 151, dengan identitas seorang mahasiswa. Seorang kreator yang memiliki 1,16 rb subscriber mempunyai 9 video di *youtube* dan 4 video *prank* di *channel* nya. Lebih dominan mengaplikasikan di *youtube* daripada di *Instagram*, setiap *upload* video *prank* hampir yang menonton sekitar 6,4 ribu tontonan. Ungkapan Husnul menyatakan bahwa ide pembuatan diperoleh dari video *prank* di luar negeri kemudian di

⁵⁶Muhammad Erwin, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, kecamatan Bacukiki, 2 Januari 2020.

Indonesia dengan itu mempunyai ide membuat *prank* di Kota Parepare, ungkapanya karena masyarakat Parepare belum ada dia dapat membuat video tersebut sehingga termotivasi membuat video *prank* yang lebih berfokus pada hiburan.

“channel yang saya buat itu, sama sekali tidak ada niat untuk perilaku yang tidak baik ataupun hal yang berupa kekerasan, namun saya buat ini hanya tonji, sekedar mengasa hoby kemudian juga *prank* merupakan hal yang baru, andaikata masi viral jadi itulah maksud dari ide saya dalam membuat video seperti ini, masi ada video lain hanya lebih banyak suka video *prank*. sehingga saat ini fokus ke video *prank*”⁵⁷

Video *prank* dibuat hanya semata hiburan sehingga konten-konten yang dibuat tidak ada kekerasan maupun perilaku yang tidak baik. Salah satu karya video *prank* dibuat ialah :

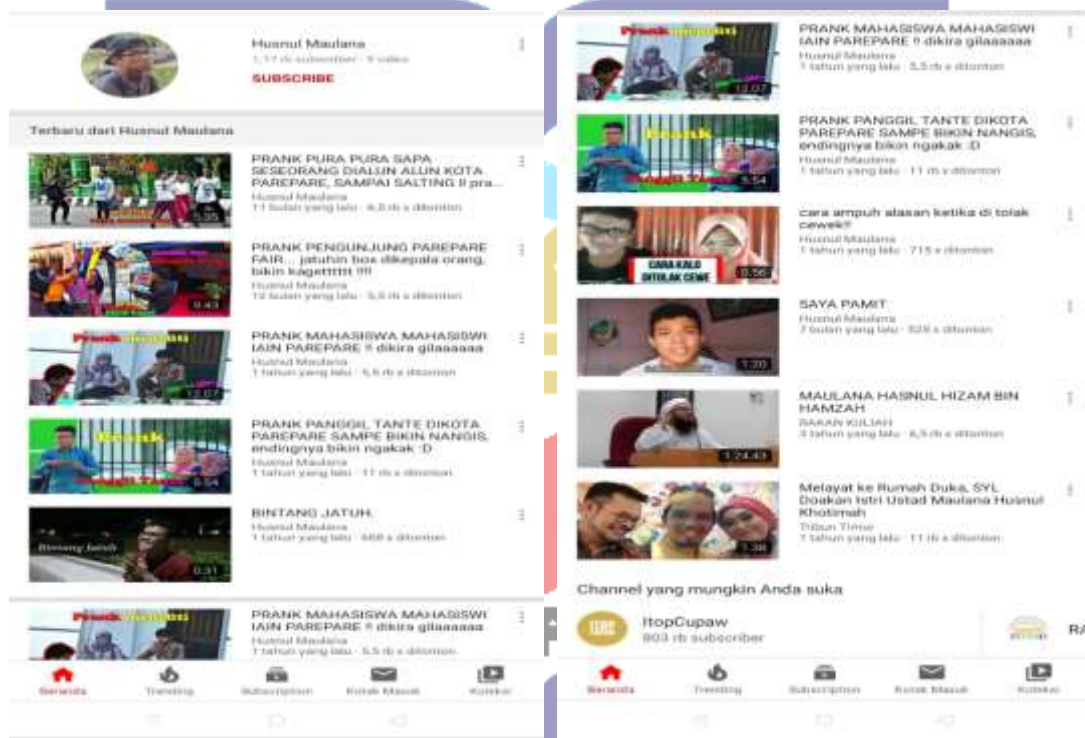
Tabel 4.2 Tabel 4.1 Video *Prank* berdasarkan diakses pada tanggal 5 Januari 2020

No	Judul <i>Prank</i>	Tontonan	Durasi	Suka/like	Tidak Suka	Waktu Tayang
1.	Prank Panggil Tante di kota Parepare (sampe bikin nangis)	11 rb	5:54 Menit	546 Like	29 orang	12 Bulan
2.	Prank pura-pura sapa seseorang di alun-alun kota Parepare	6,456 rb	5:35 Menit	289 Like	19 orang	10 Bulan
3.	Prank mahasiswa IAIN Parepare dikira gila	5,5 rb	12:07 Menit	301 Like	17 orang	12 Bulan
4.	Prank pengunjung Parepare (Jatuhin box dikepala orang, sampe bikin kaget)	5,437 rb	9:43 menit	233 Like	18 orang	11 Bulan

⁵⁷Husnul Maulana, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

Hasil penelitian yang didapatkan apabila melihat bagan diatas ditinjau dari respon masyarakat yang cukup positif menanggapi video *prank* yang diunggah dari saudara Husnul Maulana, bisa dilihat pada bagan jumlah *like* berbanding jauh dengan tidak suka. Terlihat penontonya cukup banyak setiap video di *upload*. Berdasarkan hasil tabel diatas sudah jelas kebanyakan masyarakat sudah menyukai menonton video *prank*. terlebih kalau konten yang dibuat bisa menghibur penonton.

Gambar 4.4 Unggahan Video Prank karya Husnul Mulana⁵⁸



Adapun yang perlu diketahui dalam pembuatan video *prank* oleh *creator* Husnul Maulana, maka kita akan melihat dari beberapa terpaan media yang digunakan dalam penjelasan video-video yang dibuat ialah :

⁵⁸Tangkapan Layar <http://www.youtube.com/channel/UCdKpMBSmFrnQgC4s6xYVfHQ> dari *Channel Creator Prank Parepare*, Husnul Maulana, tanggal 5 Januari 2020.

4.3.3.1 Frekuensi

Frekuensi yang digunakan berbeda-beda setiap harinya, bahkan ada yang menonton seminggu sekali dan satu bulan sekali tergantung penonton ingin menontonnya, menonton video-video tergantung dari individu yang bersangkutan. Sebab masyarakat memiliki kesibukan berbeda setiap kelompok sosial. Dari penelitian ini bahwa yang lebih dominan menonton *channel* Husnul Maulana merupakan orang-orang yang kesibukannya tidak terlalu padat, termaksud anak-anak remaja dan dewasa. Sehingga kita bisa melihat frekuensi yang digunakan *channel* ini, sekali di upload itu sudah tersimpan atau jika yang punya *channel* menghapus permanen video, sehingga tidak tampil lagi video di *channel* tersebut. Husnul maulana berpendapat mengenai frekuensi dalam videonya.

“Video yang saya buat itu, bukan ji video-video *prank* saja. Tapi ada beberapa video di dalam selain *prank*, saya tidak memberi target dalam tayangan video yang saya buat. Saya menyimpan dalam *channel youtube* ku untuk koleksi, hiburan. Jika ada yang mau menonton silakan dilihat, tidak ada batasan kalau video saya akan berakhir sampe disini. Itu tidak ada, hanya saja bagaimana saya akan mengembangkan dan berkreasi setiap *channel* ku”⁵⁹

Berbeda dengan kreator yang lainnya keinginan dalam berkreasi oleh saudara Husnul maulana begitu besar berdasarkan yang dikatakan diatas, Ia tidak terlalu memperhitungkan mengenai jumlah viewers pada video yang dibuatnya dalam artian Ia ingin tetap berkreasi semampu yang Ia bisa.

⁵⁹Husnul Maulana, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

4.3.3.2 Durasi

Durasi atau lamanya menayangkan program, suatu program harus memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama menyaksikan tayangan video tersebut, dalam channel ini yang dapat kita lihat adalah ketertarikan setiap orang menonton, dimana ia merasa dihibur dengan video yang dibuat. Karena dilihat beberapa video yang dibuat hampir 10 video di *youtube* sehingga ada kemungkinan video yang banyak yang menontonnya. Husnul Maulana berpendapat mengenai durasi dalam videonya.

“kalau ini, video yang saya buat semuanya menarik, mengapa ! karena saya memperhatikan yang menonton video saya tidak jauh berbeda, dengan yang satu dan yang lain. Semuanya hampir sama dengan 600 rb kali ditonton”⁶⁰

Durasi yang digunakan oleh kreator ini yaitu tidak melebihi dari 10 menit sehingga ia mengatakan bahwa video yang ia buat sangatlah menarik dikarenakan orang yang menonton langsung merasa kaget ketika melihat durasinya video yang panjang.

4.3.3.3 Atensi (Perhatian)

Indikator intensitas dalam penelitian ini diukur dari faktor khalayak menyaksikan adegan tersebut apakah khalayak melakukan kegiatan lain saat menyaksikan tayangan tersebut, maka perlu kita pahami jika individu sedang memperhatikan tayangan video tersebut apakah berfokus dalam tayangan atau hanya

⁶⁰Husnul Maulana, *Creator Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

sekedar menonton. Husnul Maulana berpendapat mengenai atensi perhatian dalam videonya.

“bukan saya sok tahu, dan bukan pula saya paranormal. Jika dikaitkan dengan atensi atau perhatian khalayak melihat video saya. Itu tidak mungkin saya ketahui, apakah dia punya kesibukan sendiri. Namanya channel siapa saja bisa lihat, lebih bersyukur lagi kalau ada yang mau subscribe di channel saya”⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas pihak yang berperan dan terlibat dalam pembuatan video *prank* menyatakan frekuensi video *prank* dibuat oleh Husnul Maulana, video yang dibuat tidak ada unsur frekuensi yang memiliki jangka waktu atau memberi batasan, namun di buat frekuensi yang digunakan *channel* ini, sekali di upload itu sudah tersimpan atau yang punya *channel* menghapus permanen video, sehingga tidak tampil lagi video di *channel* tersebut. Kemudian durasi dalam video *prank* itu bisa dikatakan menghibur ada daya tarik masyarakat menontonnya, karena dilihat dari yang suka dan orang yang menontonnya itu cukup banyak sehingga ada daya tariknya sendiri setiap *channel*. Dan atensi dalam video yang dibuat tidak bisa dilihat apakah penonton memiliki kertertarikan selain video *prank* ini, sebab tidak bisa dilihat apakah orang berfokus saat menonton channel ini. Karena dibuat untuk menghibur, setiap individu atau kelompok sosial memiliki kesibukan masing-masing. Namanya video *prank* ketika sudah di *upload* orang bebas melihatnya, kapan mau ditonton karena *channel* yang kami buat tidak ada batasnya.

⁶¹Husnul Maulana, *Creator Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

4.4 Video Prank

Jenis video prank pada dua tahun terakhir ini cukup banyak peminatnya di *youtube*, didalam video *prank* yang berjenis kejahilan oleh seorang kreator yang dikonsep kemudian di *upload* di *youtube* yang bedurasi sekitar kurang dari 10 menit. Konten-konten *prank* yang banyak dilakukan oleh *youtuber* misalnya Atta Halilintar yang berpura-pura menjadi orang miskin, kemudian aktor Indonesia salah satunya Baim Wong yang berpura-pura menjadi orang gila.

Penting kita ketahui pihak-pihak yang terlibat dalam pembuatan video *prank* atau *kreator* yang ada di kota Parepare. yang terkait dalam pembuatan konten video *prank* yaitu, Restu, Husnul dan Ebol memberikan penjelasan terkait hal ini :

“Dulunya saya, cuma membuat video dalam bentuk *vlog* tapi tidak tahu kenapa tiba-tiba muncul saja ide tentang membuat video *prank* jadi saya berinisiatif membuat video *prank* yang kemarin pertama saya buat di pohon mangga yang viral di teman”⁶²

Dalam memulai suatu aktifitas tidaklah menutup kemungkinan bahwa ide yang muncul secara tiba-tiba bisa saja menjadi sesuatu yang sangat berguna apabila didukung oleh pengaplikasian sebagaimana mestinya, artinya sebuah ide haruslah berjalan searah dengan pengaplikasinya.

Husnul kreator *prank* juga menambahkan :

“kalau saya kemarin pertama kali suka melihat konten-konten video *prank* di *youtube*, sehingga dari sana saya termotivasi membuat konten video *prank* juga, pikiran saya belum ada yang membuat video *prank* di parepare. Nah, dari situ saya coba membuat di kampus bersama teman yang awalnya memang saya rencanakan terlebih dahulu dan saya pilih

⁶²Muh.Restu Singgih, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Soreang, 28 Desember 2019.

lokasi di kampus karena tidak ada saya lihat video *prank* yang orang lain lakukan di kampus”⁶³

Apabila melihat hasil wawancara dengan saudara Husnul Maulana kemudian dikaitkan dengan teori imitasi maka dapat dikatakan bahwasanya saudara Husnul juga terkena dampak dari teori imitasi (Mengikuti suatu pola).

Ebol juga menambahkan :

“kalau saya kakak, memang niat namun terkait juga, saya hobi membuat konten tersebut, dulunya saya banyak lihat orang membuat video *prank* di *instagram* bahkan status *whatsapp*. Sehingga saya berinisiatif membuat hal baru bersama teman karna lagi viral-viralnya di kalangan remaja kaya saya”⁶⁴

Sama halnya dengan saudara Muhammad Erwin bahwasanya Ia juga terkena dampak teori imitasi (Mengikuti satu pola) hanya saja yang menjadi pembeda antara saudara Husnul Maulana dan Muhammad Erwin yaitu tempat atau aplikasi mereka menonton video.

Hamka sebagai warga masyarakat juga menambahkan :

“Video *prank*, menurut pribadi yaa dek’ bukan karena saya tidak suka menonton hanya ada beberapa yang pernah saya dengar video *prank* itu. Kalau *prank* itu tidak merugikan orang bagiku biarkan dia berkreasi namun bila ada konten kekerasan atau tidak layak dilihat, itu saya rasa tidak baik membuat hal tersebut”⁶⁵

Tanggapan positif yang disampaikan oleh saudara Hamka bisa menjadi salah satu motivasi yang begitu baik untuk seorang kreator dengan landasan bahwa dalam berkreasi haruslah memperhatikan sebab dan akibat yang terjadi setelahnya.

⁶³Husnul Maulana, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

⁶⁴Ebol Arsyad, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Bacukiki, 2 Januari 2020.

⁶⁵Muh.Hamka Abubakar, Masyarakat, wawancara oleh penulis, Kecamatan Bacukiki, 2 Januari 2020.

Berdasarkan hasil wawancara diatas pihak-pihak yang berperan dalam pembuatan video *prank* dan masyarakat yang menonton menjelaskan pengalaman masing-masing terkait dengan konten video *prank*, sehingga kita simpulkan bahwa video *prank* sudah dapat mempengaruhi masyarakat kota Parepare. yang lebih dominannya anak dewasa berperan membuat video *prank* tersebut.

4.4.1 Tujuan membuat video *prank* dan hasil yang dicapai seorang kreator

Prank adalah perbuatan jahil, seseorang dengan tujuan buat hiburan semata yang biasanya dilakukan dalam bentuk teks chat dan video, artinya sama dengan aksi jahil kepada orang lain yang semata-mata bertujuan untuk hiburan. Hanya saja dalam kasus tertentu *prank* yang kelewatan bisa membuat seseorang menjadi marah, bahkan tidak jarang membuat orang lain menjadi celaka. Berdasarkan hasil wawancara penelitian ini, informasi mengaku telah mengetahui adanya dampak yang menimbulkan dalam pembuatan video, namun seorang kreator berusaha konten yang dia buat tidak ada unsur dan terlibat adanya korban yang tidak baik dalam konten video *prank*.

“memang benar adanya beberapa jenis *prank*, kadang ada yang keterlaluhan dalam meng-*prank* seseorang menjadi korban. Tapi yang saya buat lebih mengarah ke jenis *prank* yang bertujuan untuk hiburan semata tanpa melibatkan adanya akibat yang bisa membuat celaka seorang korban. Nah salah satunya itu video yang saya bikin yaitu adegan smackdown yang dilakukan di lampu merah di depan monumen Habibie Ainun, tentunya pada saat lampu merah menyala karena kalau lampu hijau menyala tidak mungkin toh”⁶⁶

⁶⁶Muhammad Erwin, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, kecamatan Bacukiki, 2 Januari 2020.

Berbagai jenis *prank* yang dibuat kemudian diupload ke *youtube*, tidak hanya video *prank* yang dapat ditemukan di *youtube* melainkan banyak lagi seperti video musik, berita, video lucu, video tips dan trik, teknologi, sains, dan dokumentasi pribadi. Jika kita membuka salah satu konten video terkadang kita dapat iklan yang muncul baik ketika memutar video atau di sidebarnya *youtube*. Biasanya iklan sering muncul pada video yang memiliki banyak *viewers* dan bukan tidak mungkin juga muncul pada video yang *view*-nya masih sedikit. Tentunya pemilik akun akan mendapatkan bayaran dari iklan apabila ada pengunjung yang mengklik iklan, semakin banyak klik iklan dari pengunjung maka semakin banyak pula pundi-pundi rupiah yang akan didapatkan pemilik akun.

“iya, soal pengasilan dari video yang saya buat tidak pernah saya sampai kesana memikirkannya, intinya video yang saya buat cuma sekedar hobi semata untuk menghubungkan diri sendiri dan orang lain hitung-hitung juga sebagai cara untuk mengasah kemampuan saya di bidang broadcasting”⁶⁷

Husnul Maulana sebagai kreator video *prank* juga menambahkan :

“kalau menurut saya, kita juga tidak boleh munafik jadi orang karena sejatinya orang hidup butuh yang namanya uang, jarang itu orang yang membuat video tidak mengarah kepada hasil yang didapatkan dari video itu”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa hasil yang ingin dicapai seorang kreator konten video *prank* berbeda dari satu dengan yang lainnya dilihat dari pembuatan yang hanya sekedar hobi, kemudian dari awal melihat konten video di *youtube* dan mengikutinya. Dari segi pendapatan dalam bentuk finansial terlihat

⁶⁷Muh.Restu Singgih, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Soreang, 28 Desember 2019.

⁶⁸Husnul Maulana, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

juga perbedaan dalam hal pencapaiannya. Namun kita lihat pernyataan informasi di atas menunjukkan bahwa ia mengetahui video *prank* sebagai lahan pengasilan bukan hanya bertujuan untuk semata-mata menghibur.

Informasi memiliki beberapa media yang dapat digunakan *kreator* untuk menyebarkan konten video *prank* beberapa media sosial tersebut diantaranya, *Youtube, WhatsApp, Facebook*. Inilah media sosial yang banyak dijumpai konten-konten video *prank*.

4.4.2 Hambatan dan Tantangan Dalam Pembuatan Video *Prank*

Adapun hambatan dan tantangan dalam pembuatan video *prank* yaitu :

1. Suara alam

Suara alam yang dimaksud disini ialah ketika banyak suara sumbang yang terdapat ketika proses pembuatan video berlangsung misalkan, suara-suara seperti kicauang burung, suara kendaraan, hembusan angin, suara orang lain selain korban dan sebagainya.

2. Pemilihan lokasi

Hambatan pemilihan lokasi, sebelum pembuatan yang dimaksudkan ialah keadaan cuaca yang berbeda di setiap lokasi.

3. Perlengkapan

Perlengkapan yang disediakan harus ditempatkan pada posisi yang tepat jangan sampe terlihat pada sasaran *prank* atau terlindungi oleh benda-benda lain disekitarnya.

4. Sasaran *Prank*

Seseorang yang menjadi sasaran *prank* bisa menjadi hambatan dalam pembuatan video dikarenakan ia mengetahui adanya kegiatan disekitar lokasi yang dia tempati, kemudian sasaran *prank* yang sudah dianggap akan menjadi pemeran utama dalam aksi tersebut terkadang meninggalkan tempat jauh atau bahkan tidak terlihat oleh kamera.

5. Aplikasi

Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan video *prank* bisa menjadi hambatan dikarenakan apabila seorang kreator tidak menguasai dengan baik aplikasi yang digunakan dalam proses editing video. Ditambah lagi filter-filter yang berbeda setiap aplikasi.

“yang sering menjadi hambatan dalam *prank* itu biasanya adalah suara alam seperti suara mobil, burung, angin, manusia, dan suara-suara lain yang ada sekitar lokasi, ditambah lagi biasanya sasaran *prank* tahu bahwasanya ia menjadi target *prank*, kalau berbicara tentang perlengkapan juga menjadi mendukung apabila perlengkapan memiliki standar pengampilan gambar yang sangat baik tambah lagi soal aplikasi yang saya gunakan dalam mengedit pilihan saya yaitu *filmora* tidak tahu kreator lain ia menggunakan aplikasi apa saja tergantung seriap individu”⁶⁹

Dalam suatu kegiatan apapun itu tentunya akan terdapat hambatan dan tantangan yang dihadapi maka dapat dilihat diatas beberapa poin tentang hambatan dan tantangan dalam pembuatan video *prank* dan kesulitan ketika mengedit mengambil waktu cukup lama.

⁶⁹Muh.Restu Singgih, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Soreang, 28 Desember 2019.

4.4.3 Resiko dalam Pembuatan Video *Prank*

Resiko dalam pembuatan video tidak bisa lepas dari perhatian seorang kreator dikarenakan seorang kreator harus mampu meminimalisir terjadinya korban atau menjadi *bomerang* kepada dirinya sendiri. Adapun resiko yang dimaksud yaitu :

1. Sasaran *prank* yang marah saat proses pembuatan

Ketika proses pembuatan dan setelah pembuatan video, terkadang ada beberapa sasaran *prank* yang tidak terima terhadap apa yang telah dilakukan seorang *kreator* terhadapnya. Misalnya marah, jengkel, tidak terima terekam kamera, tidak ingin videonya di *upload*, tidak ingin wajahnya terlihat, bahkan ada yang meminta video tersebut dihapus.

2. Sasaran *prank* yang marah saat setelah melihat video dirinya di *youtube*

Salah satu resiko yang paling diperhatikan ketika sasaran mendatangi seorang kreator untuk sesegera mungkin menghapus konten yang telah di *upload* di *youtube*.

3. Keadaan sosial dan tradisi yang berbeda

Perbedaan kehidupan sosial dikalangan masyarakat pastinya berbeda dengan daerah-daerah yang lain, begitu pula tradisi dan adat pastinya berbeda pula. Resiko yang dimaksud disini ialah sifat individual sasaran di daerah Sulawesi Selatan khususnya di Parepare berbeda dengan sifat individual daerah lain.

“benar adanya terkadang pada saat saya membuat video *prank* baik pada saat dilokasi maupun setelah pembuatannya terkadang saya mendapati salah seorang yang menjadi korban atau target yang akan merasa marah, jengkel, atau bahkan lebih para terkadang ingin sampe memukul. Namun sebagai seorang kreator kita tidak boleh merespon balik dalam bentuk kekerasan,

salah satu jalan yang ditumpu apabila salah seorang mendatangi saya biasanya Ia meminta konten itu dihapus untuk mencari aman”⁷⁰

Kegiatan apapun dilakukan seseorang tentunya akan dihadapkan dengan resiko yang ada didepanya hanya saja tinggal bagaimana cara merespon atau menanggapi dan menimalisir resiko yang akan menghampiri kita. Bagaimana hal tersebut tidak saling merusak satu sama lainnya menjalin silaturahmi tanpa harus perdebatan yang dibuatnya.

4.4.4 Dampak Positif dan Negatif dari Video *Prank*

Dalam suatu kegiatan apapun tentunya terdapat hal positif dan negatif yang didapatkan dari suatu kegiatan dilakukan oleh seorang individu maupun kegiatan berkelompok diantaranya :

4.4.4.1 Dampak Positif video *Prank*

1. Penghasilan yang didapatkan oleh seorang *youtuber* atau pemilik akun dalam bentuk rupiah.
2. Menjadi suatu hiburan bagi penikmat atau pengunjung *youtube*.
3. Akun *youtube* yang banyak *viewersnya* maupun yang sedikit *viewersnya* bisa menjadi tempat yang sangat baik bagi suatu produk dalam memasarkan iklannya.

“tidak apa-apa apabila, yang buat video *prank* menjadikan videonya sebagai lahan penghasilan yang penting yang Ia lakukan kalau jauh dari tindakan yang tidak baik, video-videonya juga tidak ada kekerasan dan membodoh-bodohin orang dalam *channelnya*. Kan kebanyakan seperti itu,

⁷⁰Husnul Maulana, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

seperti ojol-ojol yang menjadi korban dari *youtubers*. Mendapatkan pengasilan dengan cara tidak baik”⁷¹

Pernyataan diatas tidak mempedulikan pengasilan atau dengan niat baik berupa hiburan, namun lebih kerasnya membuat video *prank* selayaknya dan tidak saling merugikan antara kreator dan masyarakat menontonnya. Membuat konten-konten lebih baiknya ada manfaat atau motivasi pada penonton agar saling menguntungkan.

Hasil wawancara penelitian diatas dampak positif video *prank* penting juga kita ketahui pihak-pihak yang terlibat dalam hal tersebut, ungkapan kreator Parepare :

“sejujurnya mungkin semua orang yang membuat video sebagai hiburan, saya munafik jika saya tidak jujur kak, pada dasarnya memang untuk hobi tapi seiring berjalannya waktu kita manusia biasa pasti dongk, butu uang, selain niat untuk menghibur, terkenal di masyarakat kita juga butuh uang, siapa tahu hasil karya-karya kami menghasilkan uang dari sponsori *youtube*”⁷²

Pernyataan saudara Muhammad Erwin, lebih fokus dengan hiburan namun karena sudah *viral* dan mengetahui jika membuat channel juga bisa mendapatkan peluang bisnis atau menghasilkan uang maka Ia sangat termotivasi dengan idenya membuat video *prank* mendapatkan inspirasi kepada masyarakat.

⁷¹Nursaibuh Abu Bakar, masyarakat Pemilik Warung Safaat Parepare, wawancara oleh penulis, 30 Desember 2019.

⁷²Muhammad Erwin, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, kecamatan Bacukiki, 2 Januari 2020.

Husnul sebagai kreator juga menambahkan :

“kalau saya, tidak jauh beda yang kita katakan, pastilah berupaya dengan namanya uang, tapi pada dasarnya si saya ingin menghibur apalagi tujuan saya memang membuat video *prank* karena belum ada saya dapatkan di Parepare. namanya juga anak mudah, pastilah masi dunia seperti ini sekarang *viral-viralnya prank* di kalangan anak mudah”⁷³

Pernyataan saudara Husnul Maulana, Ia lebih berfokus dengan hiburan berbeda dengan kreator yang lain lebih mengutamakan dengan pengasilan dan terkenal. Dibandingkan dengan saudara Husnul Maulana masi berfokus dengan menghibur walaupun ada peluang pengasilan didalam *youtube* itu mustahil bagi Ia untuk mendapatkan hal seperti kreator diluar sana masi banyak yang lebih baik dari *channelnya*.

Restu juga menambahkan :

“mungkin semua mengarah kesana, tapi saya tidak. Saya baru 1 kali buat video *prank* kalau bahasa *prank* sekedar hiburan untuk yang suka nonton video-video, lagipula saya banyakan video *vlog* atau totorial desain grafis. Untuk mengasah hobi saya, saya juga anak Komunikasi sudah ada pengalaman sedikit soal buat video. Tidak sampe ada niat kalau bisa menghasilkan uang dengan channel saya. Setidaknya ada yang mendukung karya kami”.⁷⁴

Pernyataan saudara Restu, hampir sama dengan saudara Husnul yang lebih fokus dengan hiburan kepada khalayak. Karena masi memiliki satu *channel* video *prank* namun sebelumnya *channelnya* lebih banyak video *vlog* dan *documenter*. Ia lebih menyukai tantangan apalagi hobi bermain desain dan bermain di kamera.

⁷³Husnul Maulana, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

⁷⁴Muh.Restu Singgih, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Soreang, 28 Desember 2019.

Pengasilan belum sampai dalam niatnya sampe disitu walaupun ada itu tidak menurunkan keinginan membuat video prank atau video lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas pihak yang berperan dan terlibat dalam pembuatan video *prank* menyatakan tidak ada unsur membuat video yang berlebihan, namun niat masing-masing untuk menghibur masyarakat kota Parepare. Beberapa kategori diatas dan wawancara seorang kreator bahwa membuat video *prank* atas dasar untuk menghibur, apabila memang terkenal di kalangan masyarakat bisa mendapatkan peluang bekerja *endors* iklan atau produk, dan apabila yang menonton banyak akan lebih menguntungkan seorang kreator berpengasilan dari *youtube*.

4.4.5 Dampak negatif video *prank*

Dampak dari video *prank* sebelumnya kita membahas dampak negatif, maka kita akan terlebih dahulu, menjelaskan sedikit mengenai pandangan masyarakat menontonya. Dalam media sosial siapapun dapat dengan bebas melihat konten-konten yang sudah disediakan setiap channel kreator. Dalam suatu kegiatan apapun tentunya terdapat hal negatif yang didapatkan dari suatu kegiatan dilakukan oleh seorang individu maupun kegiatan berkelompok diantaranya :

1. Kegiatan yang ada dalam *prank* terkadang membahayakan korbannya.
2. Kegiatan *prank* yang ditiru oleh penonton berdampak tidak baik bagi dirinya dan orang lain.
3. Remaja-remaja yang ikut-ikutan membuat konten serupa terkadang berperilaku jauh dari adab-adab kesopanan (pakaian, orang tua, masyarakat umum, tingkah laku dan sebagainya).

4. Berisiko ketika orang yang tidak suka hasil video kami akan memberi dampak tersendiri.

Hasil wawancara penelitian diatas dampak negatif video *prank* penting juga kita ketahui pihak-pihak yang terlibat dalam hal tersebut, ungkapan kreator Parepare :

“Dampak negatif, sampe saat ini belum saya dapat, karena setelah adengan di saat lapangan sudah selesai, pastilah memberi ungkapan, ini mau ditayangkan di *youtube channel* kami, jika dia tidak suka, kami hilangkan. Pasti minta kepastian dari pihak tersebut”⁷⁵

Dalam meminimalisir dampak video *prank* dari saudara Restu, sampe saat ini belum mendapatkan sesuatu yang membahayakan atau merisiko, hanya saja lebih kesulitan ketika berada dilokasi, sebab orang yang sudah menjadi sasaran terkadang sudah pergi sebelum dikasih apakah mau ditampilkan atau tidak. Saat ini masi berhati-hati dalam hal membuat video *prank*.

Eboll kreator video *prank* juga menambahkan :

“Tergantung orang yang nonton video tersebut, kah baik buruknya *prank* pasti tetap ada yang tidak suka, maupun yang suka. Karena pastinya video yang saya buat sama teman, sampe saat ini tidak ada kekerasan atau terlalu menjaili orang”⁷⁶

Pernyataan saudara Muhammad Erwin, tidak berbeda dengan ungkapan saudara Restu,sampe saat ini masi belum dapat hanya kesulitan ketika berada dilokasi yang susa dicari orang yang sudah menjadi sasaran video *prank*. namun Ia

⁷⁵Muh.Restu Singgih, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Soreang, 28 Desember 2019.

⁷⁶Muhammad Erwin, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, kecamatan Bacukiki, 2 Januari 2020.

beranggapan dampak video prank pastilah ada yang tidak suka tetapi Ia berusaha tidak melibatkan hal buruk pada masyarakat atau orang yang menonton.

Husnul juga menambahkan :

“Berbicara dampak, pasti ada kak’, kemarin saya sempat dipergi sama orang yang tidak suka, waktu itu ada video yang saya buat orang itu keberatan, sehingga ia datang ke rumah untuk menghapus video itu, namun saat itu kami bersama rekan menghapus video itu baik keselamatan diri, keselamatan dia juga, semestinya bagaimana Ia supaya orang nyaman. Membuat video prank juga banyak rintangan.⁷⁷

Pernyataan saudara Husnul, dampak yang Ia rasakan sudah didapatkan dengan kedatangan orang ke rumanhya dengan sikap yang marah, namun saat itu bisa ditangani dengan berbicara baik-baik sehingga orang tersebut merasa enak ketika tindakanya direspon baik dengan cara menghapus video yang merasa tidak baik pada penontonya.

Hasil wawancara diatas dampak positif dan negatif kreator *prank*. ternyata ada dampak, apa yang dilakukan dalam membuat video *prank* dari beberapa kreator mengungkapkan dampak negatif yang pernah dirasakan seorang kreator ialah pernah didatangi seseorang dengan niat tidak baik. Sehingga perlu antisipasi sebelum mengupload video-video tersebut. Takutnya ada hal yang dapat merugikan antara satu dengan yang lain. Kemudian perluh juga diperhatikan atau memberi blur pada video yang berpakaian seksi atau tidak baik dipandang agar kedepannya orang yang melihat tidak terpengaruh, karena tidak menuntut kemungkinan video yang dibuat

⁷⁷Husnul Maulana, Kreator *Prank*, wawancara oleh penulis, Kecamatan Ujung, 28 Desember 2019.

tidak stop, pastinya akan pengaruh berkelanjutan membuat konten-konten video *prank*. seperti halnya dulu orang lebih aktif membuat video *prank* di ibu kota Jakarta, seiring berkembangnya media sehingga kota Parepare juga terpengaruh dalam membuat video *prank* pada walnya tidak ada sebelumnya. Sebagai kreator semestinya bagaimana membuat video *prank* tidak merugikan satu sama lain.

4.5 Dampak Video Prank Terhadap Masyarakat

Kehidupan masyarakat disetiap daerah menjadi salah satu faktor yang menentukan bagaimana dampak yang akan terjadi setelah adanya pengaruh dari luar baik dalam bentuk kegiatan masyarakat, adat-istiadat, tradisi, dan perkembangan teknologi. Dalam hal ini tidak memungkinkan disuatu daerah bisa saja terpengaruh terhadap apa yang terjadi didaerah lain maupun hal-hal lain yang masuk didalam kehidupan bermasyarakat. Tentunya pengaruh yang didapatkan masyarakat dari kalangan perkotaan, pedesaan, orang tua, remaja, dan anak-anak berbeda dengan yang lainnya.

4.5.1 Dampak video *prank* terhadap Orang Tua

Kata *prank* dikalangan orang tua masih cukup asing terdengar dikarenakan kemampuan dalam pengoperasian *smartphone* terbilang cukup sulit digunakan oleh kalangan orang tua. Ditambah lagi dengan *fitur-fitur* yang ada dalam *smartphone* terkadang menggunakan bahasa yang sulit dimengerti.

Hanya saja beberapa orang tua harus lebih aktif dalam mempelajari atau memperhatikan bagaimana agar bisa mengoperasikan *smartphone*, tentunya setelah mampu mengoperasikan teknologi ini maka orang tua dapat memantau apa yang

terjadi untuk sekarang ini dan dapat memantau serta mengontrol aktifitas apa saja yang dilakukan anak mereka. Berdasarkan hasil wawancara, Juhannah cukup merespon dan bijak menanggapi dampak media terhadap video-video *prank* ia mengatakan,

“tidak saya tahu mengenai video *prank* tetapi setelah kita jelaskan sama saya, saya bisa sedikit menangkap apa yang ada dalam video tersebut, nah kalau soal pengaruh yang saya dapatkan dari video tersebut, saya rasa tidak terlalu berpengaruh dikarenakan ini saja urusan rumah tangga, dimana mi mauki mencuci, mauki memasak, mau mi diurus anak ke sekolah dan kerja mi juga jadi tidak waktu untuk pegang *handphone* nonton itu video *prank*”⁷⁸

Kemampuan orang tua dengan berkembangnya media sosial tidak secara spontan mengikuti apa-apa yang viral, karena secara garis besar perkembangan media sosial seiring berjalanya waktu akan selalu menampilkan situs-situs yang baru sama halnya aplikasi BBM yang dulu masi banyak memakainya sekarang tidak ada lagi atau sudah minim menggunakan aplikasi itu sebab munculnya *whatsApp* yang menampilkan banyak *icon-icon*, begitu pula sebaliknya aplikasi *tiktok* yang lagi *viral* di zaman *millenial* ini sekarang bertambah lagi datangnya *prank* yang banyak artis menjadikan sebagai peluang pengasilan. Kesibukan orang tua sehingga tidak terlintas terpengaruh dengan hal-hal baru, karena kesibukan menjadi Ibu rumah tanggah masi diprioritaskan.

⁷⁸Juhannah, Staf Pegawai PDAM Parepare, wawancara oleh penulis, Kecamatan Bacukiki, 30 Desember 2019.

Nursaibuh sebagai warga masyarakat juga menambahkan :

“kalau soal video *prank* yang sering saya lihat itu ji video *prank* ojol-ojol yang dilakukan orang di Jakarta, tidak kusuka karena na kasih bodoh-bodoh orang saya lebih suka video yang menghibur dan bermanfaat”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengaruh video *prank* terhadap kalangan orang tua memiliki beberapa kategori yaitu ada yang beranggapan tidak baik adapula yang menilai baik, ada yang tidak mengetahui tentang kegiatan *prank* di Parepare. berdasarkan ungkapan tersebut, bisa kita simpulkan bahwa adanya aktifitas kreator membuat konten-konten tersebut sebagai orang tua wajib dan memperhatikan tingkah dan aktifitas anak mereka ketika terpengaruh dengan adegan-adegan yang tidak pantas dalam video *prank*.

4.5.2 Dampak Video *Prank* terhadap Kalangan Dewasa

Pada zaman perkembangan teknologi sekarang ini tidak bisa ditutupi bahwa titik pemasaran *smartphone* lebih mengarah kepada kalangan remaja, kemampuan belajar dan menguasai situs-situs *internet* dan kemampuan dalam pengaplikasiannya cukup mudah dilakukan dikalangan remaja terlebih lagi pada kalangan remaja yang memang titik fokus studinya di aplikasi komputer.

Supaya bisa menggunakan internet dengan bijaksana, tentu saja harus mengenali dampak-dampak yang terjadi setelah menggunakan internet. Untuk dampak positif harus dimaksimalkan setiap penggunaanya sebaliknya, untuk dampak negatif harus dihindari sebisa mungkin. Berdasarkan hasil wawancara, Fitriani

⁷⁹Nursaibuh Abu Bakar, masyarakat Pemilik Warung Sfaat Parepare, wawancara oleh penulis, 30 Desember 2019.

darwis cukup bijak dan menanggapi hal tersebut dengan pengalaman tentang video *prank*. Ia mengatakan,

“menurut saya, *Prank* yang saya suka yaitu konten yang sifatnya menghibur misalnya videonya Bram Darmawan yang suka gombal-gombal cewek yang lewat disekitarnya, kemudian yang tidak saya suka dari video *Prank* yaitu yang berisi tentang “*napatoa-toai orang*” (bertindak tidak sopan) dan yang berisi kekerasan, saya pernah *prank* teman saya dengan cara menyembunyikan barang miliknya seperti kunci motornya dan lipstiknya kemudian saya tetap kembalikan kepadanya tidak sampe menimbulkan hal buruk”⁸⁰

Pernyataan diatas sudah ada gambaran kalangan anak dewasa, memberi tanggapan baik namun lebih diinginkan video-video yang dibuat oleh kreator tidak ada unsur berlebihan dari ungkapan diatas. Ia lebih suka menonton video *prank* yang sekedar untuk menghibur dirinya, salah satu sebagai bentuk bermanfaat untuk masyarakat yang menonton.

Uzy khanifa Alghasia juga menambahkan :

“*prank* yang paling sering saya lakukan kepada teman saya yaitu saat “*hay tayo*” yang lagi trend, nah itu paling sering saya lakukan kepada orang, dan sekarang cuman sekedar menonton-menonton saja *prank-prank* nya orang di *youtube*,suka tapi kalau mau juga ikut *prank* seperti yang selalu saya nonton, kurasa tidak. Cuma hanya itu yang saya sering *prank* teman dengan memanggil hal-hal yang membuat lucu atau menghibur”⁸¹

Berdasarkan ungkapan tersebut, informasi memiliki sikap cukup tenang dalam menyatuhkan perbedaan dengan cara meluruskan hal-hal yang tentang konten video tersebut. Perlu kita ketahui bahwa tidak selamanya anak dewasa juga

⁸⁰Fitriani Darwis, masyarakat (Remaja), wawancara oleh penulis Kecamatan Soreang, 29 Desember 2019.

⁸¹ Uzhy Khanifa Alghasia, masyarakat (Remaja), wawancara oleh penulis Kecamatan Ujung, 2 Desember 2019.

menyukai video yang tidak layak dan kemudian tidak mengikuti hal-hal tentang video *prank* namun dia lebih fokuskan untuk menonton sebagai hiburan. Inilah mengapa media sosial tidak sepenuhnya dikatakan video *prank* sebagai hiburan semata karna banyak menanggapi video *prank* juga ada yang tidak baik dilihat.

4.5.3 Dampak Video *Prank* terhadap Kalangan Kanak-kanak – Remaja

Internet merupakan salah satu sumber belajar bagi pelajar, karena dengan mengguakan internet pelajar dapat mengakses informasi-informasi secara cepat dan mudah. Bahkan berbagai sumber informasi dari berbagai media dapat dimodifikasi melalui *internet*. Perkembangan teknologi semakin *modern* dan canggih, ini bukan hanya memberi manfaat bagi penggunanya tetapi juga menimbulkan pengaruh negatif bagi penggunanya, terutama bagi kalangan remaja.

Informasi-informasi yang dapat diakses dari *internet* adanya yang bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan tapi, ada juga dapat merusak mental dari kalangan pelajar misalkan situs-situs porno, judi, *games* dan lain sebagainya.

“iye kak, saya tahu tentang *prank* bahkan saya suka menontonnya di *youtube* tapi kalau mempraktekannya ke orang-orang disekitar saya, Cuma saya lakukan itu *prank Hey Tayo ji*, bersama teman. Banyak mi sudah ku lihat lebih banyakan teman mengejek menjadikan sebuah hiburan dan lelucon”⁸²

Berdasarkan ungkapan tersebut sudah ada pengaruh dikalangan anak remajah menanggapi hal tersebut, namun masi tidak menirunya dengan hal berlebihan atau tidak baik. Hasil dari wawancara Ia lebih suka bermain dengan panggilan-panggilan

⁸² Ummi Qalsyum, masyarakat (Remaja), wawancara oleh penulis Kecamatan Ujung, 2 Desember 2019.

Hey Tayo, We we (We gah' namamu), bahkan ada yang terkadang memanggil teman dengan sebutan nama orang tua temannya.

Remajah adalah frase dari tumbuh kembang manusia itu sendiri. Pada masa remaja manusia masi mencari jati diri dengan cara mencoba apa saja yang membuat rasa penasaran itu muncul untuk ketika rasa penasaran itu dicari tahu secara mendalam dan diaplikasikan kedalam kehidupannya maka disitulah remaja mulai melakukan penyeleksian mana yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Namun belum tentu sesuai dengan remajah itu sendiri.

4.6 Dampak Video Prank Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat di Kota Parepare

Dampak media berbeda-beda terhadap setiap individu hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pola pikir, perbedaan sifat yang berdampak pada pengambilan sikap, hubungan sosial sehari-hari, dan perbedaan budaya. Perubahan sosial di masyarakat berorientasi pada upaya untuk meninggalkan unsur-unsur yang mesti ditinggalkan, berorientasi pada pembentukan unsur baru, serta berorientasi pada nilai-nilai telah ada pada masa lampau.

Kehadiran media dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan mempunyai peran yang signifikan dalam proses perubahan sosial. Sebagai contoh internet dan video-video yang telah ada (*Video Prank*) merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di internet atau media akan mempengaruhi realitas subjektif

pelaku interaksi sosial. Dengan istilah lain, media yang ada mampu menanamkan *the pictures in our heads* Wawter Lippmann tentang realitas yang terjadi di dunia ini.

Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media massa (*Internet*) yang nantinya mendasari respon dan sikap khalayak terhadap berbagai objek sosial. Informasi yang salah dari media massa (*Internet*) akan memunculkan gambaran yang salah pula kepada khalayak, sehingga akan menimbulkan respon dan sikap yang salah juga terhadap objek sosial itu. Oleh karena itu media massa (*Internet*) dituntut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas.

Tanpa sadar media membawah masyarakat masuk kepada pola budaya yang baru dan mulai menentukan pola pikir serta perilaku masyarakat. Perubahan pola tingka laku yang paling terasa ialah dari aspek gaya hidup dan aspek ini paling kelihatan dalam lingkungan generasi mudah. Dampak yang ditimbulkan media massa (*internet*) beranekaragam, diantaranya : Terjadinya perilaku menyimpang dari norma-norma sosial dan nilai-nilai budaya yang mana perilaku menyimpang tersebut dianggap sebagi bagian dari *tren* masa kini.⁸³ Dampak lainnya yaitu kecenderungan makin meningkatnya pola hidup konsumerisme yang menentuk gaya hidup serba instan serta membuat menurunnya minat belajar dikalangan generasi mudah.

Perilaku imitasi adalah seluruh kehidupan sosial itu sebenarnya berdasarkan pada faktor imitasi saja, walau pendapat ini berat sebelah, namun peranan imitasi dalam interaksi sosial itu tidak kecil. Gabriel Tarde juga berpebdapat bahwa semua orang memilikih kecenderungan yang kuat untuk menandingi (menyamai atau

⁸³Rowland and Lorimer, Paddy Scannel. Sebagaiman dikutip dalam *Mass Communication, A Comparative Introduction*, Jurnal (Manchester University Press: New York 1994), h. 100.

bahkan melebihi) tindakan orang sekitarnya. Ia berpendapat bahwa mustahil bagi dua individu yang berinteraksi dalam waktu yang cukup panjang untuk tidak menunjukkan peningkatan dalam peniruan perilaku secara timbal balik.⁸⁴ Dari teori ini maka akan ditinjau bagaimana sikap masyarakat terhadap pengaruh apa saja yang ada dan datang terhadapnya.

Berdasarkan kegiatan *prank* yang dilakukan oleh kalangan *youtube* di daerah Parepare apabila ditinjau dari teori imitasi (mencontoh, mengikuti satu pola, dan meniru) bisa dikatakan bahwa seorang *youtubers* juga terpengaruh dengan apa yang dilihatnya di internet berdasarkan apa yang telah dikatakan salah satu pembuat video *prank* yaitu atas nama Husnul Maulana yang mengatakan bahwa “saya dapat ide dari apa saya lihat dari internet (*youtube*)”. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti seorang kreator pun mendapatkan pengaruh dari internet untuk melakukan sesuatu dalam bentuk kreatifitas dalam hal penggunaan sosial media.

Diluar dari teori imitasi (mencontoh, mengikuti satu pola, dan meniru) dalam bentuk pendapatan yang didapatkan dari hasil karya berupa video *prank* tidak bisa di pandang hanya sekedar penyaluran hobi semata dikarenakan ada pula hasil yang bisa didapatkan oleh seorang kreator dalam bentuk ekonomi (kebutuhan finansial). Berdasarkan apa yang dikatakan oleh salah satu kreator video *prank* yaitu atas nama Muh.Restu Singgi mengatakan bahwa “awalnya saya membuat video *prank* ini cuma sekedar untuk menyalurkan hobi, dan apabila nantinya ada hasil atau pendapatan dari video yang saya buat, ya Alhamdulillah”. Tidak bisa dipungkiri bahwa pada saat

⁸⁴Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung, PT.Remaja Rosdakarya, 2008), h. 220

sekarang ini kebutuhan ekonomi ini menjadi suatu hal yang patut untuk diperhitungkan. Dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 kategori usia (orang tua, dewasa, anak-anak – Remaja),

4.6.1 Imitasi Video *Prank* pada Usia Tua

kategori usia orang tua didapatkan bahwa imitasi yang terjadi dari video *prank* hanya sekedar dijadikan sebagai tontonan pada masa senggang dikarenakan kesibukan-kesibukan yang dialami oleh kalangan orang tua yang menjadikan dirinya tidak begitu terpengaruh terhadap pengaruh dari luar dalam bentuk video *prank*. namun setelah keadaan pengaruh video *prank* yang diketahui melalui peneliti membuat para orang tua menjadikan pembelajaran untuk lebih memperhatikan dan mengontrol apa saja yang dilakukan anak mereka dengan *smartphone* yang dimilikinya.

“bagi saya nak’ belum tahu hal seperti itu, apa kesian kita banyak mau diurus pekerjaan di rmh juga numpuk, apa yang kita ucapkan lebih baik di cegah, jagan sampe hal seperti itu berdampak juga kepada anak ku. Apalagi je anak-anak sekarang susa mi tanya. Masuk kanan keluar kiri kalau ditanyai.saya sebagai orang tua harus juga memperhatikan seperti itu”.⁸⁵

Berhubungan dengan teori Terpaan Media dalam Imitasi video *Prank* dikalangan usia tua proses imitasi dimulai dari tindakan yang dilakukan oleh suatu kelompok ataupun individu yang kemudian dilihat dan kembali dilakukan oleh orang lain, yang kemudian nantinya akan kembali terulang lagi secara terus menerus apa bila yang dilakukanya juga ditiru dan diikuti orang selanjutnya. Dalam penelitian ini

⁸⁵Jasrani, masyarakat (orang tua), wawancara oleh penulis Kecamatan Bacukiki Lumpue, 4 Januari 2020

didapatkan bahwa hubungan antara imitasi dan media sangat erat berkaitan. Dikarenakan dalam kegiatan imitasi yang berawal pada kegiatan kemudian diikuti polanya oleh seseorang bisa tersebar secara cepat melalui media yang ada media sosial, artinya media menjadikan suatu aplikasi yang membuat tindakan seseorang dapat dilihat masyarakat secara meluas yang kemudian berakhir pada teori imitasi mendengar, melihat, menonton membaca atau ikut membaur diri apabila hal tersebut dilakukan sebagai wujud nyata dari keberadaan media.

“anaku saya kesian, bateku mi itu tanya, masussa mi sekarang anak-anak ditanya, di kontrol nanti aktifitasnya, takut ki juga mentalnya buruk. Banyak sekarang ada wifi di rmhnya orang, saya tdk ku pasang mi. Itu mi ditakuti kalau ada begitu. Biar makan pergi tongki kamarnya panggil makan. Tidak tahu mi nak’ bilang apa mi na nonton. Itu juga prank kita maksud baru ku tahu dari kita. Tapi nanti ku usahakan anak ku sarankan jagan terlalu menanggapi video baru na lakukan smaa temanya”.⁸⁶

Berdasarkan ungkapan tersebut imitasi video *prank* orang tua cukup minim wawasannya mengetahui video *prank* di karenakan kesibukan lebih menguasai aktifitasnya ketimbang perkembangan sosial media di kalangan masyarakat. Video prank hanya sekedar dijadikan sebagai tontonan pada massa senggang libur kerja.

4.6.2 Imitasi Video Prank Usia Dewasa

Kategori ke-2 yaitu pada kalangan usia dewasa lebih terkesan terhadap pengaruh kejahilan-kejahilan yang memang telah ada sebelumnya seperti menyembunyikan polpen teman, menyembunyikan kunci motor kemudian dikembalikan dan lain sebagainya. Imitasi yang terjadi dikalangan dewasa tidak lebih

⁸⁶syamsuddin, masyarakat (orang tua), wawancara oleh penulis Kecamatan Bacukiki lemoe, 4 Januari 2020.

dari sekedar pengaruh tontonan dan hiburan semata, video *prank* hanya dianggap sebagai hiburan dan lelucon bila dilakukan kepada orang lain, usia dewasa lebih mementingkan aspek yang semestinya ada dalam sebuah video *prank* yang seharusnya mengutamakan aspek-aspek kesopanan, dan tingkah laku yang artinya dikalangan usia dewasa tidak membenarkan adanya video *prank* apabila tidak mengutamakan aspek tersebut.

“dulu saya suka nonton video-video tapi bukan dalam bentuk *prank*, kalau *prank* si saya juga baru tahu kalau *prank* diartikan sekarang seperti pacobi-cobi, kerjain teman bahkan lelucon. Hal seperti itu saya sering lakukan di kampus. Yah, seperti sembunyikan hp teman dengan helm. Tapi tidak sampe nangis atau marah sekalipun. Palingan kasih jengkel aja”.⁸⁷

Ungkapan diatas sudah ada pengaruh seperti itu, namun disini belum bisa membedahkan antara *prank* dan menjaili teman, kemudian ia tidak terlalu menanggapi *prank* yang lebih ekstrem, *prank* teman dengan tidak menirunya dengan cara berlebihan atau tidak baik. Perilakuanya tdk terlalu buruk dalam meniru hal-hal yang dilihatnya.

4.6.3 Imitasi Video *Prank* pada Usia Anak-anak Remaja

Kategori ke-3 yaitu pada kalangan usia anak-anak – remaja, pada usia anak-anak – remaja merupakan usia dimana kemungkinan untuk mempelajari serta mengikuti pengaruh dari luar memang cukup terbilang sangat memungkinkan untuk terpengaruh oleh hal-hal yang mereka lihat. Dikarenakan berdasarkan penelitian didapatkan bahwa satu sampe dengan 2 tahun terakhir ini ketika *prank* “hay tayo”

⁸⁷Ririn, masyarakat (Dewasa), wawancara oleh penulis Kecamatan Bacukiki galung maloang, 4 Desember 2020.

hingga *prank* “gombalan-gombalan” trend di berbagai sosial media juga banyak diikuti oleh kalangan anak-anak hingga remaja tanpa memperhitungkan aspek-aspek apa yang ada didalam *prank* yang mereka lakukan.

“kalau saya kakak, namanya juga itu lagi banyak pake, baru lucu di dengar, sering apalagi orang lewat kadangkannya jauli dengan cara *We,wee* kalau balek mi, kadang ku tanya *wee* ga namamu eheheh, terhibur jaki. Kalau masalah ada yang korban seperti kakak ungkapkan belum ada yang luka. Apalagi banyak mi pake istilah begitu, mungkin kalau orang dewasa dikasih begitu marah. Cuma saya pilih-pilih orang ka jauli kebanyakan teman, takutka juga kalau orang lain”.⁸⁸

Berdasarkan ungkapan tersebut sudah ada pengaruh dikalangan anak remaja menanggapi hal tersebut. Bahkan sudah menjadikan kebiasaan bersama temanya, hal ini akan lebih buruk ketika lawan jenisnya juga menanggapi dengan cara tidak baik, peniruan akan berbeda-beda setiap orang yang menerima pesan dalam menanggapi situasi.

Masa remaja dikenal sebagai masa yang penuh kesukaran. Bukan saja kesukaran bagi individu yang bersangkutan, tetapi juga bagi orang tuanya, hal ini disebabkan masa remaja merupakan masa transisi antara masa kanak-kanan dan masa dewasa. Masa transisi ini sering sekali menghadapkan individu yang bersangkutan kepada situasi yang membingungkan, disuatu pihak Ia masi kanak-kanak, tetapi dilain pihak Ia sudah harus bertingkah seperti orang dewasa. Situasi-situasi yang menimbulkan konflik seperti ini, sering menyebabkan perilaku-perilaku

⁸⁸Yahya, masyarakat (Remaja), wawancara oleh penulis Kecamatan ujung senggol, 5 Januari 2020.

yang aneh, canggung dan kalau tidak bisa dikontrol akan menjadi kenakalan dalam usaha untuk mencari identitas dirinya sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas saya menarik kesimpulan bahwa remaja adalah waktu berumur 12 sampai 15 tahun, dimasa remaja manusia tidak dapat disebut dewasa tetapi tidak pula disebut anak-anak. Masa remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Biasanya pada masa remaja manusia suka mencoba hal-hal yang baru. Maka itu mereka cenderung peniru apa apa yang dilihatnya.

4.6.4 Imitasi Terhadap Kreator *Prank* Kota Parepare

Teori Terpaan media diartikan sebagai mendengar, melihat, menonton, dan membacah. Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Seorang kreator sangat erat dengan media dimana mereka menyebarkan video-video yang sudah dibuat untuk massa. imitasi secara garis besar peniru. Perilaku imitasi merupakan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah remaja yang masi mencari jati diri dewasanya.

Dalam hal ini secara tidak langsung bahwasanya dari hasil penelitian membuktikan bahwa tidak hanya masyarakat yang terkena dampak imitasi dari apa yang dilakukan beberapa kreator yang ada di parepare, tetapi juga beberapa kreator juga terkena dampak imitasi dari apa yang dilakukan oleh kreator-kreator yang berada diluar Daerah Sulawesi atau bahkan dari luar Negeri Indonesia. Dibuktikan melalui wawancara oleh saudara Muhammad Erwin,

“betul sekali itu kak, pertama kali saya membuat video prank itu tidak langsung ada tapi saya melihat di youtube orang-orang luar membuat aksi seperti itu, sehingga saya termotivasi juga membuat hal tersebut namun tidak terlalu mengikutinya, orang bebas selagi tidak meniplak karya mereka”⁸⁹

Berdasarkan apa yang ditemukan dilapangan, ternyata akses pengaruh dari teori imitasi akan terus berlanjut bila apa yang terlihat seseorang kemudian pola tersebut ditangkap kemudian dikelola kembali dalam bentuk tindakan. Dikarenakan dalam kegiatan imitasi yang berawal pada kegiatan kemudian diikuti polanya oleh seseorang bisa tersebar secara melalui media yang ada di *youtube*, artinya media menjadi suatu aplikasi yang membuat tindakan seseorang dapat dilihat secara meluas.

Kesimpulan dari hasil penelitian kreator ini yang menjadi pembeda antara kreator Parepare dengan kreator sebelumnya yang dilihat yaitu pola konsep pembuatannya berbeda dengan sebelumnya pada dasarnya wilaya dan lokasi pasti berbeda, kemudian bahasa dan sikap berbeda walau ada kemiripan dalam pembuatan video *prank* bukan berarti hal tersebut hampir sama atau judulnya. Berbeda pula properti yang digunakan karena kreator kota Parepare masi minim dalam alat dan pengambilan gambar dibanding dengan kreator yang sudah tajir di Ibu kota Indonesia Jakarta terlihat pengambilan gambar dengan sempurna.

“Banyaknya masyarakat yang berpartisipasi (meniru) dalam fenomena *prank* yang hits di dunia. Mereka meniru semata-mata hanya menjadikan hal tersebut

⁸⁹Muhammad Erwin, *Kreator Prank*, wawancara oleh penulis, kecamatan Bacukiki, 2 Januari 2020.

sebagai *lifestyle* atau gaya hidup, ini juga dikarenakan masyarakat yang memiliki rasa tidak ingin tertinggal dari sebuah informasi”.

Adapun dasar pelaksanaan bimbingan keagamaan adalah sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al-Hujarat 11:49.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا سَخِرَ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا سَاءَ عَسَىٰ أَنْ يَكُونَ خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْألقَابِ بِئْسَ الالاسْمُ فُسُوقٌ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَأُولَئِكَ هُم الظَّالِمُونَ ﴿١١﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim”.⁹⁰

Quraish Shihab

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah laki-laki diantara kalian mengolok-olok laki-laki yang lain. Sebab, oleh jadi mereka yang diolok-olok itu lebih baik di sisi Allah dari pada mereka yang mengolok-olok. Dan jangan pula wanita-wanita Mukmin mengolok-olok wanita-wanita Mukmin yang lain. Karena, boleh jadi mereka yang mengolok-olok lebih baik di sisi Allah dari mereka yang mengolok-olok. Janganlah kalian saling mencela yang lain, dan jangan pula seseorang memanggil saudaranya dengan panggilan yang tidak disukainya. Seburuk-buruk panggilan bagi orang Mukmin adalah apabila mereka dipanggil dengan kata-kata pasif setelah mereka beriman. barang siapa tidak bertaubat dari hal-hal yang dilarang itu, maka mereka adalah orang-orang yang menzalimi dirinya sendiri dan orang lain.

Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ أَبِي لَيْلَى قَالَ حَدَّثَنَا أَصْحَابُ مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُمْ كَانُوا يَسِيرُونَ مَعَ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَنَامَ رَجُلٌ مِنْهُمْ فَأَنْطَلَقَ بَعْضُهُمْ إِلَى حَبْلِ مَعَهُ فَأَخَذَهُ فَفَزِعَ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا يَجِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يَرَوْعَ مُسْلِمًا

⁹⁰Kementrian agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jawa Barat; At-Thayyib, 2012), h.516

Artinya :

“Dari Abdurahman bin Abu Laila, ia berkata, “sahabat-sahabat Nabi SAW menceritakan padaku bahwa ketika mereka sedang berjalan di waktu ketika mereka sedang berjalan di waktu malam mereka tertidur. Lalu seorang temannya beranjak dengan membawahi tali kemudian menariknya sehingga orang yang tidur itu terkejut. Melihat hal itu, Nabi SAW bersabda, “Tidak diperbolehkan bagi seorang muslim menakut-nakuti muslim lainnya”, Shahih: Ghayah Al Maram (447).⁹¹

Sekalipun *prank* ini tujuannya hanya main-main, tidak serius, biar membuat orang tertawa ketika melihat kelakuan kita disaat kawanya kaget atau takut, hal ini semua dilarang. Karena menakut-nakuti muslim tidak halal dalam islam.



⁹¹Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Abu Daud (Seleksi Hadits Shahih dari Kitab jilid 1)*, (Jakarta Selatan, Pustaka Azzam, 2014), h. 872

BAB V

PENUTUP

4.5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam skripsi ini, yang dibahas penyusun jabarkan di atas tentang Dampak video Prank terhadap imitasi masyarakat kota Parepare maka dapat disimpulkan bahwa :

- 5.1.1 Berdasarkan hasil penelitian bahwa media exposure (Frekuensi, durasi, dan atensi). Dilihat dari segi frekuensi kreator mengupload video yang ada di Parepare tidak menentu setiap bulannya dikarenakan faktor kesibukan masing-masing kreator. Dalam durasi terbilang cukup positif tanggapannya dalam masyarakat yaitu 1:3 (satu banding tiga). Dan atensi yang terjadi di masyarakat ialah keaktifan masyarakat dalam menonton video *prank* sebagian besar berada pada titik waktu senggang mereka (tidak ada kesibukan).
- 5.1.2 Dampak video *prank* terhadap imitasi perilaku masyarakat di kota Parepare berbeda-beda disetiap daerah dan terbagi atas beberapa kategori usia (orang tua, dewasa, anak-anak – remaja). Imitasi perilaku yang terjadi pada usia orang tua lebih berkesan tidak terpengaruh dikarenakan kesibukan lain yang menjadikan kalangan orang tua tidak terpengaruh dengan apa yang ada di sosial media, pada usia dewasa imitasi perilaku akibat video *prank* cukup terbilang sedikit dikarenakan pada kalangan dewasa sudah lebih memikirkan aspek-aspek kesopanan dan tingkah laku apa yang ada didalam video *prank*, pada kalangan anak-anak – remaja imitasi perilaku yang diakibatkan oleh

video *prank* cukup berpengaruh dikarenakan pada masa anak-anak sampai remaja ini adalah usia dimana seseorang sangat mudah untuk mengikuti dan terpengaruh dengan hal-hal yang mereka lihat.

- 5.1.3 Ditinjau dari hukum Islam mengenai istilah *prank*, mayoritas ulama tidak membenarkan adanya istilah *prank* bagaimana pun tujuannya baik hanya untuk bercandaan, mencari nafkah, kejahilan, dan lainnya. Hukum dari *prank* apabila disandingkan dengan hukum Islam hukumnya adalah haram berdasarkan sabda Rasulullah Sallallahu Alaihi Wasallam.

4.6 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu Dampak Video *Prank* Terhadap *Imitasi* Perilaku Masyarakat Kota Parepare. Penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan masyarakat kota Parepare.

1. Bagi para pengguna *smarphone* yang begitu canggih untuk saat sekarang ini diharapkan supaya menggunakan dengan baik *fitur-fitur* yang ada didalamnya kemudian mengutamakan dan mempertahankan hal-hal positif penggunaan *internet* (berbagai sosial media) dan meninggalkan segala hal-hal negatif yang ditimbulkan dari *internet*.
2. Bagi para masyarakat khususnya kalangan dewasa hingga tua haruslah mampu untuk mengfilter hal-hal yang ditimbulkan akibat penggunaan *internet* dan kepada orang tua untuk anaknya diharapkan untuk bisa

mengontrol dan memperhatikan anak-anak mereka dari apa yang ditonton dari internet.

3. Untuk penulis sendiri semoga skripsi yang penulis tulis ini dapat dijadikan khazanah keilmuan dibidang ilmu pengetahuan terkait dalam hal penggunaan media massa dan internet (sosial media).



DAFTAR PUSTAKA

- Anida Nadma, 2016. *Pengaruh Tayangan Media Vlog Youtube Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIKA MAB*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al Banjari Banjarmasin
- Ardianto, Erdinaya, 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekamata Media
- Azwar Sifuddin, 2000. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basrowi, Suwandi, 2008. *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budi Ramadhani Zukhria, 2016. “*Perkembangan Teknologi, Dampak Positif dan Negatif Situs Jejaring Sosial Media di Kalangan Remaja*”, (Universitas UIN Ar-Raniry; Pascasarjana: Banda Aceh).
- Brent D. Ruben, Lea P. Stewart, 2014. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Rajawali Pers
- Bteyaacob Zaleha, 2010. *Pengaruh Keganasan dalam Media Terhadap Tingkah Laku Agresif Remaja*, Fakultas Pendidikan, Malaysia: Universitas Teknologi Malaysia (UTM).
- Elizabeth B, Hurlock, 2003. *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*. Jakarta: Erlangga
- Hidayat Arini, 1998. *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Husain Usman, Purnomo Setiady Akbar, 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Kasiram Moh, 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Maliki Press
- Khairuni Nisa, 2016. *Dampak positif dan negatif sosial media terhadap pendidikan akhlak anak*, (Universitas UIN Ar-Raniry; Pascasarjana: Banda Aceh)
- Khamim Zarkasyi Putro, 2015. *Orangtua Sahabat Anak dan Remaja*. Yogyakarta: Cerdas Pustaka
- Krisyantoro Rachmat, 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Laha Sale, 2018. “*Dampak Media Sosial Facebook pada Kehidupan Remaja di Kampung Yensama Distrik Oridek Kabupaten Biak Numfor*” Skripsi Institut Ilmu Sosial dan Politik Yapis Biak provinsi Papua: provinsi Papua

- Miles dan Huberman,1992. *Analisis Data Kualitatif* , Jakarta:Universitas Indonesia Press.
- Muhammad Asrori & Muhammad Ali,2014. *Psikologi Remaja* Jakarta: Bumi Aksara
- Muhammad Nashiruddin Al-Albani, 2014. *Shahih Sunan Abu Daud (Seleksi Hadits Shahih dari Kitab jilid 1)*, Jakarta Selatan, Pustaka Azzam
- Mustafa Hasan, 2016. *Perilaku Manusia dalam Perpektif Psikologi Sosial* , Jurnal Universitas Katolik Parahyangan, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik : Bandung Jawa Barat
- Nurul Zuriah, 2007. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nurudin, 2010. *Sistem Komunikasi Indonesia*.Jakarta:Rajawali Pers
- Nuriana Hakim Sitti,2017. *Dampak Kecanduan Internet (Internet addiction) pada Remaja*. Fakultas Psikologi Skripsi Universitas Surakarta:surakarta
- Noor Juliansyah, 2001. *Metodologi penelitian*. Jakarta: Kencana
- P.Pramitha Anggun, 2013. Terapan media dan budaya harajuku (studi korelasi Antara Terapan Film Cartoon Naruto di Global Tv Terhadap Perilaku Imitasi pada Komunitas Shinzen Cosplay Team di Surakarta), (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi: Surakarta
- Rakhmat Djalaluddin, 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya
- Sapty Rahayu Flourensia, 2011. *Cyberbullying sebagai Dampak Negatif Penggunaan Teknologi Informasi*, Yogyakarta: Fakultas Teknoligi Industri
- Schramm Daniel, Wilbur and Lerner, 1976 *Communication and Change* (Honolulu: The University Press of Hawaii
- Suharsimi Arikunto,1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sugeng Cahyono Anang ,2016. *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*,Jawa Timur: Universitas Tulungagung Jawa Timur.
- Suzette T.Heiman, Elizabeth L.Toth,2010. *Publik Relation Profesi dan Praktik*, (Jagakarsa Jakarta Selatan: Salemba Humanika

- Soerjono Soekanto, 1997. *Sosiologi (Suatu Pengantar)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Stewart L.Tubbs, Sylvia Moss, 2005. *Human Communication (Konteks-Konteks Komunikasi)*. Bandung: PT Remaja Rordakarya
- Syamsu Yusuf, Juntika Nurihsan, 2012. *Teori Kepribadian*. Bandung :PT Remaja Rosdakarya
- Syifa Ameliolle, Hanggara Dwi Yudha, 2013. *Perkembangan media informasi dan teknologi terhadap anak dalam era globalisasi*, (Universitas Brawijaya; Fakultas Pertanian: Malang
- Tarde Gabriel, 2011. *Sosiologi dan pengaruh sosial*, University of Chicago Press.
- Tiara Larasati Annisa, 2016. “*Dampak Menonton Vlog terhadap Perilaku Viewers Remaja (Studi Eksploratif Penonton Vlog)*”. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, skripsi Universitas Negeri Semarang: awa Tengah
- Vivian John, 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana



BIOGRAFI PENULIS



Nurlina, lahir di Pinrang, Kab.Pinrang dan Pinrang, pada tanggal 08 Oktober 1996. Anak bungsu dari sembilan bersaudara dari pasangan P.Negeri.M dan Jenne. Penulis memulai pendidikannya di SD Negeri 10 Kota Pinrang dan lulus pada tahun 2009, lalu melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Kota Pinrang dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya di SMK Negeri 2 Pinrang, Kab.pinrang. Dan Jurusan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) dan lulus pada tahun 2015. Selanjutnya di tahun 2015 juga, penulis melanjutkan pendidikan program S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan

mengambil Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Pada semester akhir, penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Otting Kecamatan Pitu Riawa Kabupaten Sidrap Sulawesi Selatan dan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di VeChannel Makassar, hingga tugas akhirnya menyusun skripsi dengan judul **“Dampak Video Prank Terhadap Imitasi Perilaku Masyarakat Kota Parepare”**

“Sesungguhnya manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.Usaha tersebut akan diberi balasan dengan balasan paling sempurna.”

(An-Najm: 39-41)