

## BAB 5

### KESIMPULAN

Beberapa poin studi utama ditekankan kembali dalam bab ini. Dari perspektif budaya, jenis situs web ini memberi kesempatan untuk pengguna tentang risiko yang terlibat dalam memanfaatkan layanan berbayar mereka (subscribe). Dalam buku "*Online TV*," Catherine Johnson (2019) menjabarkan bahwa *YouTube* merupakan salah satu akibat dari peralihan dari televisi satelit ke televisi internet. Sejak peluncuran *YouTube*, orang-orang memilih untuk lebih sering membaca, menonton, atau mendengarkan berita yang disuguhkan oleh Internet. Di era digitalisasi kontemporer ini, setiap orang kreatif yang mampu dan ingin membayangkan ide-ide besar yang sukses untuk kemakmuran mereka sendiri.

Pada kenyataannya, karya *YouTube* tidak menjadi sebebaskan itu melainkan diubah menjadi hasil produksi dari segelintir orang (kreator) yang dinikmati oleh segelintir penonton. Karena setiap kreatif akan membutuhkan kemampuan dan kemauan untuk memunculkan berbagai konsep yang efektif dan bisa dikenal luas. Berbeda dengan tayangan siaran televisi lain saat itu, konten produser *YouTube* pun dinilai khas dan berani terlihat "berbeda". Beberapa genre konten video populer seperti instruksi kecantikan, video parodi, komentator game, video unboxing, dan *Daily Vlog* yang telah menjamur.

Strategi Youtube bergeser pada tahun 2012, dan mulai berkolaborasi dengan industri televisi daripada bersaing dengannya. Seiring dengan kebangkitan dan kompleksitas televisi sebagai media di era internet, telah terjadi perubahan

sifat budaya televisi. Keterkaitan teknologi dan budaya antara televisi dan internet berkembang di era internet. Sudut pandang yang agak kurang menggembarakan adalah bahwa interaksi pengguna, yang dengan sukarela disediakan oleh pengguna ketika mereka mengunggah video dan mengambil bagian dalam forum di internet tersebut merupakan jenis serangan Oversharing.

Pembahasan dalam bab sebelumnya menunjukkan betapa lazimnya berbagi informasi secara berlebihan. Karena lonjakan popularitas pada awal platform, komunitas keterlibatan dan dialog di antara pengguna biasa yang semakin luas daripada spesialis elitis dan juga didukung oleh kerangka kerja dari YouTube itu sendiri. Kekuatan pembuat video tidak berbayar yang dengan bebas membagikan minat dan preferensi mereka melalui pencarian, klik, dan suka adalah dasar dari kesuksesan Youtube. Mereka kemudian menghasilkan, yang dikumpulkan perusahaan dan digunakan untuk mendapatkan keuntungan. Fenomena era digital adalah kapasitas untuk memperoleh dan mengonsumsi informasi melalui media yang dijelaskan di atas.

Pada dasarnya, motivasi dan kepuasan datang dari menjadi bagian dari kelompok yang bersemangat, menarik, dan merasakan hubungan yang kuat dengan orang-orang yang dikenal dan baru. Terbentuknya pola yang dapat saya identifikasi juga diuntungkan dari input tidak langsung dari pengguna internet. Keintiman lingkungan adalah kemampuan untuk tetap berhubungan dengan orang-orang secara teratur tanpa terhalang jarak dan waktu.

Beberapa orang percaya bahwa mereka hanya akan menemukan semua informasi ini sebagai "suara yang mengganggu" dan hal-hal sepele yang tidak perlu. Namun, keberhasilan situs jejaring sosial menunjukkan manfaat rutin dalam membahas aspek-aspek "sepele" dalam kehidupan sehari-hari. Pengejaran kreatif online lainnya mencakup lebih banyak tenaga kerja, yang meningkatkan kompleksitas proses dan potensi kreatif. Membuat satu video YouTube hanya membutuhkan waktu beberapa jam.

Melalui konten video di YouTube, penegasan wacana hedonistik yang berkembang dan mendapatkan popularitas sering disebarluaskan di komunitas yang lebih besar. Penonton yang sebagian besar berasal dari kalangan menengah ke atas juga terkena imbasnya dalam kehidupan sehari-hari. Begitu Rans Entertainment berhasil mewujudkan ide ini, para pesaingnya yang sering kali adalah selebritas yang meniru konsep yang dibawakannya. Dengan memonetisasi konten mereka dan melibatkan bisnis di dalamnya, berbagi berlebihan juga mempromosikan kapitalisme. Keluarga Rans digunakan sebagai contoh "keluarga impian" dalam cerita dengan menjadikan konsep keluarga sebagai fokus utama, yang merupakan teknik baru yang sangat sukses untuk menarik lebih banyak perhatian dari keluarga di luar sana.

