

BAB II

Youtube Creators for Change:

Telaah Singkat

“Technology has connected the world and disconnected all the humans” – Unknown

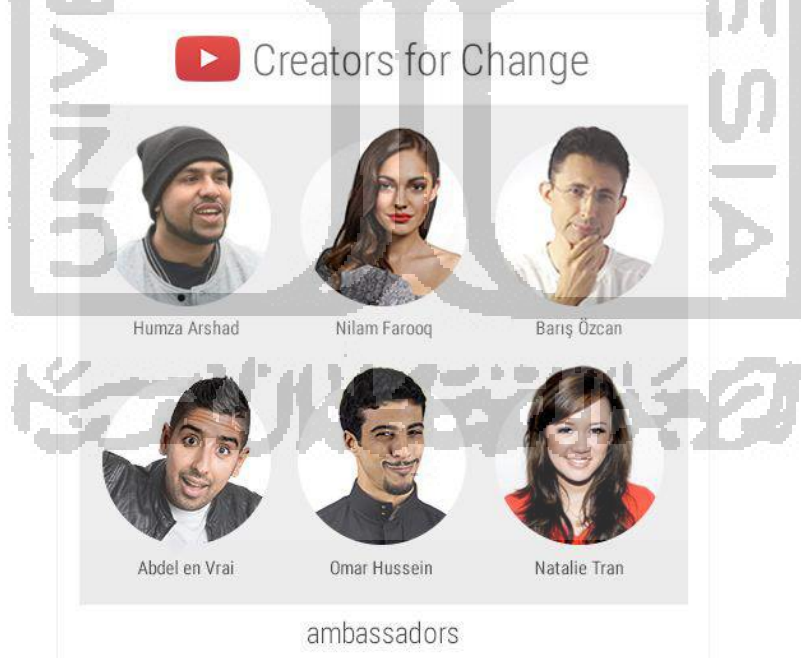
A. Youtube Creators for Change

Youtube merupakan bagian dari *new media*. *New Media* adalah media komunikasi yang mengacu pada konten yang bisa di akses dimana saja, kapan saja, pada setiap perangkat digital, serta berkemampuan untuk terjadinya interaksi antara pemberi informasi dan penerima informasi, dan memungkinkan adanya partisipasi kreatif dari berbagai pihak. Sejak munculnya *youtube* pada pertengahan tahun 2005 lalu, membuat semakin banyak pilihan dalam bersosial media. *Youtube* sendiri terlahir dari 3 karyawan perusahaan *finance online* PayPal di Amerika Serikat yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Pemilihan nama *YouTube* sendiri terinspirasi oleh sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California (https://www.researchgate.net/publication/327473842_YOUTUBE_CITRA_MEDIA_INFORMASI_INTERAKTIF_YOUTUBE_CITRA_MEDIA_INFORMASI_INTERAKTIF_A_TAU_MEDIA_PENYAMPAIAN_ASPIRASI_PIBADI, di akses pada 28 Agustus 2019)

Ditandai dengan telah diunggah video sebanyak 65.000 dan berhasil mencapai 100.000 video pada tahun 2006, *Youtube* berkembang dengan sangat cepat. Ditahun yang sama saham *Youtube* dibeli oleh *Google* dengan nilai USD 1,65 Juta yang pada akhirnya membawa *Youtube* mencapai kejayaan di tingkat internasional sehingga memperoleh penghargaan dari majalah *PC world* dan mendapat sebutan Sembilan dari sepuluh produk terbaik di tahun 2006. Pada November 2009 *Youtube* merilis program pertunjukan untuk para penonton di Inggris yang mempertontonkan 4000 pertunjukan yang berasal dari 60 pihak yang telah bekerjasama dengan *Youtube*. Pada Maret 2010, *Youtube* kemudian mulai menayangkan konten tertentu secara gratis, termasuk didalamnya 60 pertandingan kriket *Indian Premier League*. Siaran ini merupakan penyiaran acara olahraga terbesar via Internet yang pertama di dunia yang ditayangkan gratis. Kemudian pada November 2011, jejaring sosial Google+ akhirnya mulai terintegrasi dengan *Youtube* dan penjelajah web Chrome, sehingga video-video yang ada di *Youtube* dapat di tonton di Google+. Sebulan

kemudian, versi terbaru dari lambang *Youtube* dibuat dengan bayangan merah yang lebih gelap. Hal ini merupakan perubahan desain pertama dari *youtube* sejak Oktober 2006. (https://www.researchgate.net/publication/327473842_YOUTUBE_CITRA_MEDIA_INFORMASI_INTERAKTIF_YOUTUBE_CITRA_MEDIA_INFORMASI_INTERAKTIF_ATAU_MEDIA_PENYAMPAIAN_ASPIRASI_PIBADI, di akses pada 28 agustus 2019)

Kemunculan *youtube* membuka kesempatan bagi para penggiat dibidang video, film pendek, hingga video blog yang tidak memiliki medium untuk menyuguhkan karyanya. Selain aksesnya yang terbilang mudah, pengguna *youtube* juga dapat menyebarkan videonya secara luas dengan biaya yang cenderung lebih rendah di bandingkan dengan memasang iklan di televisi, Surat kabar, radio dan lain-lain. *Youtube* juga mempunyai kemampuan dalam mempengaruhi masyarakat, dimana masyarakat terus-menerus disuapi oleh tanda yang di produksi oleh media. Kemunculan *Youtube* yang kemudian telah memasuki berbagai ruang interaksi dan karena kemudahan akses yang dimilikinya menyebabkan masyarakat menjadi lebih konsumtif. Karena begitu maraknya fenomena vlog di kalangan masyarakat saat ini, *youtube* sendiri melihat peluang dimana video-video yang di unggah oleh vlogger ternyata sangat mampu mempengaruhi penontonnya.



(Gambar 2.1 *Youtube Creators for change ambassadors 2016*)

“YouTube Creators for Change program is an ongoing global initiative that aims to amplify the voices of YouTube creators who use the platform to foster

productive conversations around tough issues and make a positive impact on the world.”

Youtube creators for change pertama kali dirilis pada tahun 2016, dengan jangkauan lebih dari satu miliar jam tonton per-hari membuat youtube menyadari kekuatan yang dimilikinya untuk membuat perubahan yang lebih baik. *Youtube* ingin membagikan dan membangun rasa empati dan menciptakan koneksi yang positif melalui youtuber-youtuber yang memiliki banyak *subscriber* dan memang memiliki ketertarikan dengan isu-isu sosial. *Youtube* sendiri telah mengucurkan dana fantastis sebesar \$1 Juta untuk mendukung proses produksi. Mulai dari yang awalnya hanya memiliki enam *ambassadors* yang berasal dari beberapa negara, seperti Australia, Jerman, Belgium, Turkey, Saudi Arabia dan United Kingdom, di tahun 2017 *youtube* kembali melebarkan sayapnya untuk mengajak lebih banyak lagi youtuber untuk bergabung seperti, Cameo Project yang terpilih menjadi *brand ambassador*, ditemani tiga *fellows* lainnya yaitu Gita savitri Devi sebagai satu-satunya perwakilan *youtuber* wanita dari, Jovi adhiguna dan Film Maker Muslim. Para youtuber ini diundang ke *youtube space* yang ada di London untuk menghadiri “*youtube creators for change sosial impact Camp*” (<https://youtube.googleblog.com/2016/09/introducing-youtube-creators-for-change.html>)



(Gambar 2.2 Social Camp Impact)

(sumber : <https://www.youtube.com/creators-for-change/yearly-report>)

Pada kegiatan *Youtube creators for change social impact camp* itu berlangsung selama dua hari, para *brand ambassadors* dan *fellows* dibekali pengetahuan mengenai ide-ide video dan mengasah keterampilan produksi untuk *social impact project* mereka. Selain produksi video, *youtube* bersama brand ambassador nya berusaha untuk menginspirasi dan menjangkau lebih banyak generasi muda di seluruh Eropa, Timur Tengah dan wilayah Asia-Pasifik untuk ikut serta dalam program ini. Melalui kegiatan *workshop* dan *social media campaigns* yang menjadi kegiatan utamanya, *youtube* memberdayakan generasi muda untuk ikut membuat lebih banyak video yang menentang kebencian lewat internet dan menyuarakan toleransi. Hanya dalam satu tahun konten *youtube creators for change* telah ditonton sebanyak 731 ribu kali, dan . Sejuah ini sudah ada 14 ribu 7 ratus orang yang telah dilatih untuk program ini, dengan *delapan brand ambassadors* yang berada 9 negara (Jerman, Perancis, Belgia, Israel, Spanyol, Inggris, Australia, Turki dan Indonesia) dan menjangkau 204 lokasi (kota, universitas dan sekolah). (<https://www.youtube.com/creators-for-change/yearly-report>)

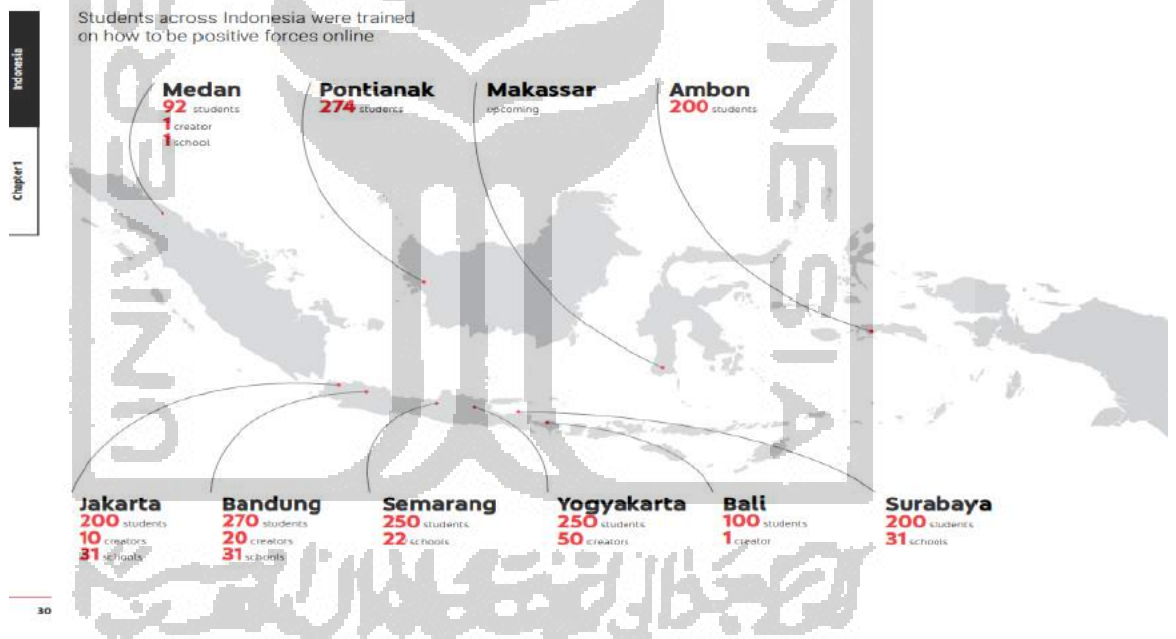


(Gambar 2.3 Youtube Creators for Change in Indonesia 2017)

(sumber : <https://www.youtube.com/creators-for-change/yearly-report>)

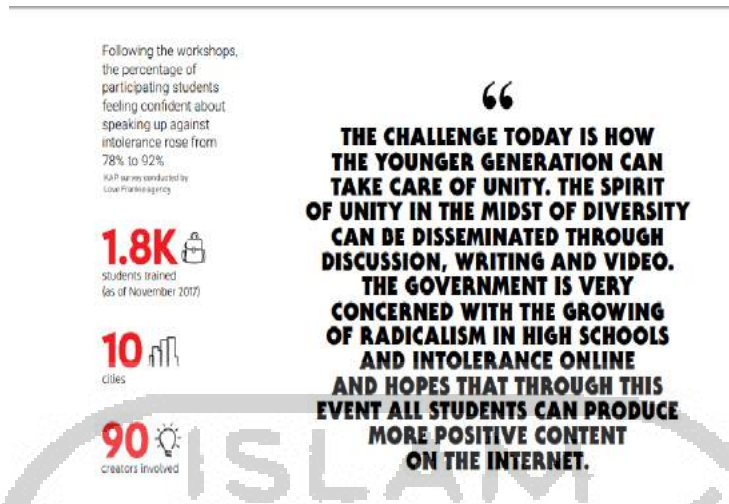
Gambar di atas merupakan dokumentasi kegiatan *youtube creators for change* yang di adakan di Indonesia tepatnya di Bandung. Pada sebuah wawancara dengan salah satu media berita di Bandung, Ridwal Kamil selaku Gubernur Jawa Barat turut hadir serta memberikan dukungan untuk kegiatan ini.

“Saat ini, lanjut Ridwan, di media daring (online), khususnya di media sosial, banyak isu sosial, seperti ujaran kebencian, perundungan, xenophobia, dan ekstremisme menerpa kalangan generasi muda. Hal ini dipandang berpotensi mengkonstruksi nilai-nilai dan karakter negatif hingga berdampak pada stabilitas sosial di masyarakat. Untuk itu, Ridwan memandang perlu adanya pendidikan literasi media untuk anak muda. Acara yang digelar oleh Maarif Institute bekerja sama dengan duta *YouTube Creators for Change Cameo Project* itu dinilai Ridwan bisa menjadi media untuk memberikan pemahaman kepada generasi muda bagaimana menciptakan konten-konten positif untuk media sosial. Dan yang terpenting, lanjut Ridwan, adalah bagaimana konten yang dibuat oleh anak muda ini bisa mengampanyekan nilai-nilai toleransi dan persatuan di Indonesia.” (<https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/07/28/ridwan-kamil-percaya-konten-digital-bisa-ciptakan-persatuan-406222> di akses pada 24 Agustus 2019)



(Gambar 2.4 10 kota tur InDONESIA)

(sumber : <https://www.youtube.com/creators-for-change/yearly-report>)



(Gambar 2.5 KAP Survey)

(sumber : <https://www.youtube.com/creators-for-change/yearly-report>)

Tidak hanya menghasilkan video, namun Cameo Project juga melakukan kegiatan secara langsung di sepuluh kota. Kegiatan ini dilakukan oleh Cameo Project selaku *brand ambassador youtube creators for change* di Indonesia, dengan mengusung tema InDONESia, Cameo Project merespon isu ketegangan politik dan agama yang mengakibatkan meningkatnya intoleransi dan perpecahan. Youtube juga memiliki laporan tahunan mengenai kegiatannya yang di unggah pada blog resmi *youtube creators for change*. Pada laporan tahunan tersebut di jelaskan secara rinci apa saja kegiatan yang dilakukan oleh para *creators* dalam satu tahun.

Penulis memilih tiga video yang di unggah oleh dua youtuber yang tergabung dalam *Youtube creator for change* antara lain:

1. Gita savitri Devi



Gita Savitri Devi
Indonesia
yt.be/cfc/GitaSavitriDevi
28.1M video views
A Muslim in Germany, Gita uses her social impact project to explain that for a peaceful society it's our responsibility to understand people different from ourselves.

(Gambar 2.6 Gita Savitri Devi)

(sumber: <https://www.youtube.com/creators-for-change/static/pdf/yearly-report.pdf>)

Gita Savitri Devi atau yang lebih dikenal sebagai Gitasav, merupakan wanita asal Indonesia, lulusan kimia murni di Freie Universtat Berlin, Jerman. Hingga saat ini Gitasav masih memilih untuk menetap di Jerman dan sesekali pulang ke Indonesia untuk keperluan pekerjaan. Memulai karir dalam dunia peryoutuban sejak 2015 dengan mengunggah video cover lagu bersama sang kekasih Paulus. Gitasav kemudian mulai membuat vlog yang berisi tentang dunia perkuliahan hingga kehidupan sehari-harinya di Jerman. Selain vlog, Gita juga membuat segmen tentang Jerman dimana dalam video-videonya Gitasav memberi tips untuk bisa kuliah sampai ke Jerman, bagaimana kehidupan di Jerman, Belajar Bahasa Jerman, hingga perkiraan biaya selama hidup di Jerman. Ada juga segmen Beropini, dimana Gitasav membahas tentang berbagai permasalahan yang sedang ramai dibicarakan, baik itu isu politik, sosial hingga agama yang menjadikannya berbeda dari *vlogger* lainnya. Pola hidup di Jerman membuka pikiran terhadap isu sosial, dimana Gita merasakan bagaimana menjadi minoritas dalam hal agama, namun tetap mendapat hak yang sama dalam bersosialisasi.



(Gambar 2.7 Host Halal Living)

(Sumber www.instagram.com/Gitasav)



(Gambar 2.8 Indonesia Morning Show)

(Sumber www.instagram.com/Gitasav)



(Gambar 2.9 Award Host Muda Inspiratif)

(Sumber : www.instagram.com/Gitasav)

Gita cukup aktif menulis di Blog pribadi miliknya yang juga membahas beragam isu politik, sosial, agama dan masih banyak lagi. Gita beberapa kali menjadi bintang tamu di acara televisi di Indonesia, bahkan Gita menjadi salah satu Host di sebuah program televisi dan mendapatkan penghargaan sebagai Host Muda Inspiratif di ajang Anugerah Syiar Ramadhan 2018 dari Menpora, KPI dan Kominfo MUI.



(Gambar 2.10 merilis lagu)

(Sumber : www.instagram.com/Gitasav)



(Gambar 2.11 Launching buku)

(Sumber: www.instagram.com/Gitasav)

Pada tahun 2017 lalu Gitasav merilis satu single berjudul “seandainya” bersama Paulus. Gitasav juga merilis buku pertamanya yang berjudul Rentang Kisah. Buku ini menceritakan bagaimana kehidupannya selama ini, Gita menceritakan pengalaman-pengalaman apa saja yang ia rasakan, bagaimana kisahnya hingga bisa kuliah di Jerman dan masih banyak lagi.



(Gambar 2.12 Pengajar Jelajah Nusa)



(Gambar 2.13 Kabar Relawan)



117.420 views - Liked by altaranindy and alghaffari.
 gitasav Video waktu @hijup dan gue berkunjung ke SDN Cipinang 01 Rumpin bisa ditonton di YouTube. Cek channel gue atau Hijup ya 😊
 Kalian bisa lgh bantu sekolah ini supaya adik-adik kita bisa belajar dengan hyaman. Caranya
 Transfer bantuan Kalian melalui rekening CIMB Niaga Syariah 8600 303 00 900 a/n HIJUP. Tambahkan angka 4 di nominal terakhir jumlah sumbangan kalian (contoh: Rp1.000.004,00)
 Info lengkap bisa dilihat di link ini yaa <http://bit.ly/SEKOLAHAMAN>
 Thank you!!!! #SekolahAman #YAPPIKAAActionAidXHijup

(Gambar 2.14 Sekolah Aman)



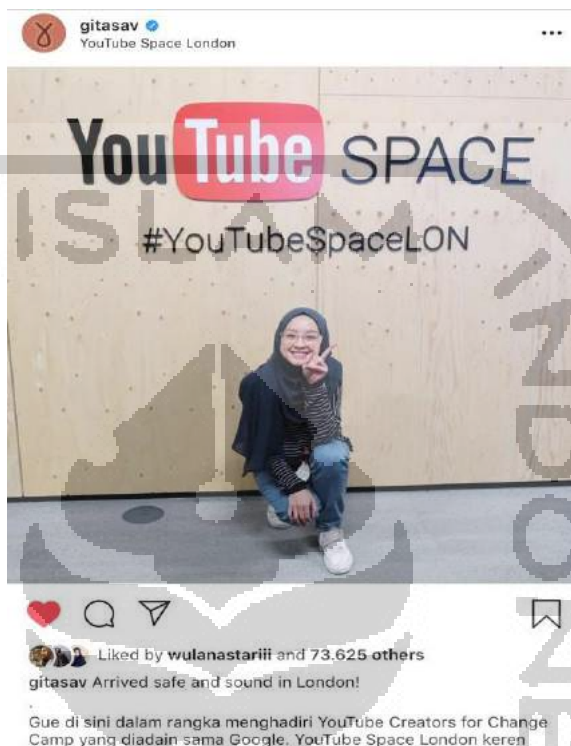
Liked by ikhsan_hanif and 51.302 others
 gitasav @toplessbaker, @nikaerculj, @dreamerjb and I were on the same stage talking about YouTube. Such a great experience to share our stories as content creator. Thank you @inflowsummits for organizing this event! #INFLOWGlobal2017 #inflowsummits #influencetheworld #weareatinflow

(Gambar 2.15 Youtube Inflow Summit)

(sumber : www.instagram.com/Gitasav)

Gita sangat aktif mengikuti beberapa kegiatan, diantaranya menjadi relawan gerakan sosial di bidang politik, lingkungan dan pendidikan yaitu turuntangan.org. bersama HijUp, Gita ikut serta dalam kegiatan #SekolahAman yaitu kegiatan yang

membantu mengumpulkan donasi untuk sekolah-sekolah didaerah agar bisa belajar dengan nyaman. Gita juga menjadi pembicara di acara Inflow Summit 2017, di acara tersebut Gita diminta untuk membagikan perjalanan karir youtubenanya hingga bisa sukses seperti sekarang.



(Gambar 2.16 Youtube Speca London)

(sumber : www.instagram.com/Gitasav)

Dan di akhir tahun Gita di undang oleh *youtube space* di London untuk ikut serta dalam pembuatan konten *youtube creators for change*. Gitasav membuat dua video yang berjudul “*The hate you give*” dan “*Berdampingan (Coexist)*”, penulis hanya akan mengambil satu video yang berjudul “*The Hate You Give*”. Di dalam video yang berdurasi tujuh menit dua detik ini Gita melakukan sosial eksperimen bersama tiga orang. Video ini telah mendapatkan 17 Ribu Like dan 1.941 komentar dari netizen. Dalam video tersebut Gita mengundang tiga orang dari berbagai golongan, Gita mengajak masing-masing dari tiga orang tersebut ke dalam sebuah ruangan dan memperlihatkan sebuah akun Instagram dan meminta pendapat mereka tentang akun tersebut. Lalu tanpa sadar Gita ternyata telah menghadirkan orang-orang dari Instagram itu untuk bertemu dengan tiga orang tersebut. Mereka kemudan dipertemukan dan akhirnya berdialog.

2. Jovi Adhiguna Hunter



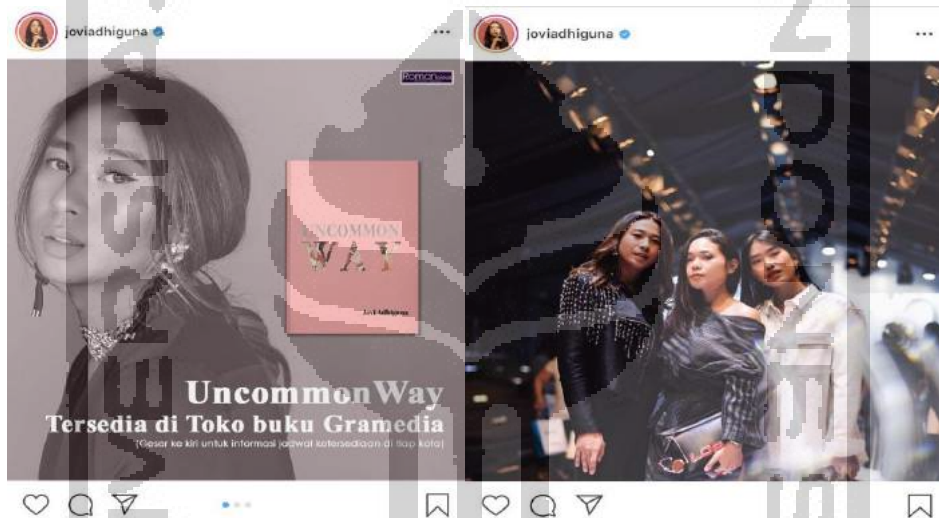
Jovi Adhiguna Hunter
Indonesia
[yt.be/cfc/JoviHunter](https://www.youtube.com/channel/UCf0c/JoviHunter)
10.5M video views
Influencers encourage victims of bullying to be – and love – themselves in fashion and beauty vlogger Jovi's moving social impact project.

(Gambar 2.17 Jovi Adhiguna)

Jovi Adhiguna atau yang lebih akrab di sapa Jovi merupakan seorang laki-laki yang begitu tertarik di bidang Fashion. Gaya nya yang sering kali terlihat seperti wanita menimbulkan berbagai spekulasi dari followersnya di Instagram maupun subscribarnya di *Youtube*. Sebagai seorang selebgram dan *vlogger*, Jovi telah memiliki 376 ribu *followers* serta 194.254 *subscriber*, tentu angka yang tidak sedikit. Jovi sering menjadi buah bibir karena *style* yang ia pilih, dalam sebuah sesi wawancara untuk sebuah artikel Jovi dengan berani menyebut dirinya Androgini, karena menurut Jovi memang suka memakai baju perempuan, tapi tidak selalu memakainya setiap hari, hal ini dilakukannya sejak SMA. Ternyata sangat banyak masyarakat yang juga mendukung aksinya. Video-video yang Jovi unggah di *youtube* lebih banyak mengenai kehidupan sehari-harinya, *make up tutorial* dan *travelling*.

Jovi terpilih untuk mengkampanyekan konten *youtube creators for change*, Jovi memilih untuk membuat video *social impact project*nya mengenai bullying, mengingat semakin banyaknya kasus bullying yang terjadi akhir-akhir ini. Jovi menjadi ikon perubahan dimana dari segi penampilan dan selera fashion Jovi mengajak kaum minoritas untuk mulai berani menampilkan dirinya ke masyarakat luas. Jovi membuat video berjudul “*They said I’m worthless*”. Video ini di unggah pada 15 November 2017 dan berdurasi sekitar 12 menit 32 detik, telah di tonton

sebanyak 291.129 kali, mendapat 797 komentar serta mendapat 6,1 ribu *likes* dan 888 *dislike*. Dalam video ini Jovi menghadirkan empat orang *subscribers* nya untuk membagikan pengalaman *bullying* yang pernah mereka alami dan meminta satu persatu dari mereka memasuki sebuah ruangan kecil lalu berdiri menatap diri mereka di depan cermin. Tanpa mereka sadari di balik cermin itu ada orang yang membacakan sebuah surat tentang kisah *bullying* yang mereka alami. Orang-orang yang membacakan surat tersebut juga pernah mengalami *bullying* dan telah membuktikan bahwa mereka juga bisa bersosialisasi dengan baik, bisa menerima diri mereka, mengalahkan ketakutan-ketakutan yang pernah mereka rasakan serta melakukan kegiatan atau pekerjaan yang mereka sukai.



(Gambar 2.18 Uncommon way)

(Gambar 2.19 Fashion Show)



(Gambar 2.20 Coachella)

(Gambar 2.21 Jovi's Style)

Di tahun 2019, Jovi berhasil menerbitkan sebuah buku yang diberi judul *Uncommon Way*, sama seperti Gita buku ini juga menceritakan perjalanan Hidup Jovi sejak kecil hingga saat ini, banyak sekali pengalaman-pengalaman yang di ceritakan Jovi didalamnya, mengenai latar belakang keluarganya, pendidikannya, juga pilihan hidupnya.



(Gambar 2.22 Jovi Fashion Show)

(Gambar 2.23 Beautyfest Asia)



(Gambar 2.24 Sandal Colaboration)



(Gambar 2.25 Men Fashion Week)

Sebagai selebgram yang juga terjun didunia fashion, Jovi sering menjadi model dalam berbagai fashion show. Jovi juga beberapa kali berkolaborasi dengan brand-brand lokal tertentu seperti brand pakaian, brand kosmetik lipstik dan Sandal.

