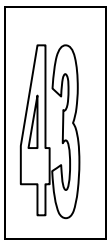
YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020 (273-285)



KONSTRUKSI REALITAS SOCIAL DALAM *CHANNEL YOUTUBE* THE SANTOSO PADA VIDEO "INDOMIE KECOAK VARIAN BARU BUAT MASA DEPAN"

Susilowati
Prodi Penyiaran Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika
(Naskah diterima: 1 September 2020, disetujui: 28 Oktober 2020)

Abstract

Currently, more and more Indonesian people love the content found on Youlube.com, causing more and more creators in Indonesia to take advantage of YouTube. So this study aims to see the construction of social reality built by Bobon Santoso on The Santoso YouTube Channel on the video "Indomie Cockroaches New Variants for the Future" The paradigm used in this research is constructivist. The research approach used is a qualitative approach using the Framing Analysis method. . Data collection methods used in this study using non-participant observation techniques and documentation, the unit of analysis in this study is the YouTube Channel "The Santoso", namely the video "Indomie Cockroaches New Varian for the Future". The results of this study are that the video is a construction. The Youtuber is something that according to him can be something "stupid" in the language he uses or it is also called something extreme. While for viewers or netizens who see the show it is a different construction, in fact for some netizens who witness it perceive it as something which is disgusting and slovenly so that this is a construction and this is a constructive reality in a subjective manner. Youtube media can form a social reality construction on the shows it displays.
Keywords: *social reality construction, YouTube*

Abstrak

Saat ini semakin banyak orang Indonesia menyukai konten yang terdapat di Youlube.com, menyebabkan semakin banyak kreator di Indonesia yang memanfaatkan YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk melihat konstruksi realitas sosial yang dibangun oleh Bobon Santoso pada Channel YouTube The Santoso pada video " Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa Depan". Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivis. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan Metode Analisis Framing. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi non partisipan dan dokumentasi, unit analisis dalam penelitian ini *adalah Channel YouTube "The Santoso"* yaitu pada video "Indomie Kecoak New Varian for the Future". Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Pada Konten video pada *Chanel YouTube The Santoso* atau bisasa disebut Bon Bon Santoso dalam salah satu tayangannya adalah "Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa

Depan" merupakan konstruksi bagi *YouTuber* tersebut sebagai sesuatu yang menurutnya dapat menjadi sesuatu yang *ekstreem*. Sedangkan bagi pemirsa atau warganet yang melihat tayangan tersebut merupakan sebuah konstrusi yang berbeda, justru bagi sebagian warganet yang menyaksikan menganggapnya sebagai sesuatu yang menjijikan dan jorok sehingga hal ini merupakan sebuah kontruksi dan ini merupakan sebuah konstruktif realitas secara subjektif.
Kata kunci: konstruksi realitas sosial, *YouTube*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan tekhnologi membuat manusia semakin terpacu untuk malkukan kegiatan-kegiatan yang kreatif dan juga inovatif. Semakin banyak industri kreatif yang dapat dijadikan peluang oleh para kaum millennial seperti halnya pada *YouTube.com*. Hingga saat ini semakin banyak mayarakat Indonesia menggemari konten-konten yang terdapat pada *YouTube.com*. Hal ini menyebabkan semakin banyaknya kreators Indonesia yang bersaing membanjiri *YouTube.com.*

Dengan lebih dari satu miliar pengguna per bulan di seluruh dunia—hampir sepertiga dari jumlah pengguna internet secara keseluruhan—*YouTube* merupakan salah satu *platform online* paling populer saat ini. Popularitasnya diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan jumlah pengguna. Bahkan, lembaga riset pasar Statista memprediksi bahwa jumlah penggunanya akan mencapai angka 1,8 miliar orang pada tahun 2021 nanti.(Praditya, 2018).

Pada awalnya *YouTube* hanya sebagai platform yang digunakan oleh seseorang secara sukarela mengekspose diri, akan tetapi pada saat ini *Youtube t*idak hanya sebagai sebuah situs semata, tetapi juga sebagian orang yang memanfaatkan *YouTube* sebagai lading bisnis atau bahkan sebagai mata pencaharian. Bahkan hingga kini posisi *Youtube* di Indonesia sebagai fasilitas publikasi konten video semakin bertambah banyak, demikian pula dengan jumlah jam konten terjadi peniungkatan 2 kali dari tahun ke tahun, seperti hasil studi, 92% pengguna pengguna Indonesia melaporkan *YouTube* merupakan tujuan awal mereka pada saat mencari konten video. Secara universal, pengguna Indonesia berkomentar kalau *YouTube* mempermudah mereka dalam mencari konten yang menarik dengan topik yang bermacam- macam.(Praditya, 2018).

Peningkatan minat serta keberagaman dalam audiens tersebut sangat menguntungkan bagi kreator konten dari Indonesia. Jumlah kreator Indonesia yang memperoleh *Gold Play Button* (penghargaan yang diberikan *YouTube*

bagi kreator dengan lebih dari satu juta *subscriber*) telah meningkat secara pesat dalam beberapa tahun terakhir.(A. Permana, 2018).

Semakin banyaknya konten kreator di Indonesia yang memanfaatkan *YouTube*, salah satunya adalah Bobon Santoso yang merupakan seorang *food vlogger* yang dikenal dengan makanan-makanan ekstremnya pada *Channel Youtube* miliknya "The Santoso" berisi penuh dengan konten kulinernya yang kontroversial. Ia pernah menghebohkan warganet karena mencoba mengkonsumsi kotoran kambing, ular king cobra, tikus, cicak, hingga jenglot. Hal yang biasa dilakukan oleh seseorang adalah membuat konten tentang *food vlogger* yang menampilkan makanan yang layak dikonsumsi, akan tetapi berbeda dengan *vlogger* satu ini, dia rela melakukan apapun yang menurut orang adalah hal yang aneh bahkan mainstream hanya untuk demi kontennya menjadi *viral*. Dengan demikian dapat digaris bawahi bahwa media dianggap dapat membantu untuk mengkonstruksi realitas sosial, dengan luasnya lingkup penonton dari *YouTube*.

Teori konstruksi realitas social dimana sebuah wacana di analisis, kemudian dilihat apa yang ingin di konsumsi oleh wacana tersebut, dalam hal ini wacana tersebuit adalah konten *Youttube* The Santoso, dimana dalam konten tersebut menyuguhkan banyaknya video yang memuat seorang laki-laki yang bernama Bobon Santoso yang membuat sebuah racikan masakan dengan mencampurkan menu makan dengan sesuatu yang tidak lazim, dan dalam penelitian ini penulis akan melihat salah satu dari video tersebut, yaitu meracik makanan mie instan dengan *topping*-nya adalah kecoak. Sangatlah tidak aneh bila meracik makanan dengan *mie instan*, ini merupakan sesuatu yang merupakan sebuah realitas yang biasa dilakukan oleh masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia, dan dalam realitas masyarakatpun memasak mie instan dengan diberikan *topping* seperti telur ataupun daging sapi ataupun ayam. Akan tetapi dalam video Bobon ini berbeda dikarenakan memasak mie instan dengan *topping* dari makanan yang bsangat tidak lazim dan dianggap menjijikkan yaitu kecoak, sehingga Penulis tertarik untuk meneliti bagaimana video Bobon ini dapat membentuk konstruksi realitas social pada masyarakat Indonesia. Maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana *Channel YouTube* "*The Santoso*" pada video "Indomie Kecoak Varian Baru

Buat Masa Depan" dapat membentuk Konstruksi Realitas Sosial?

II. KAJIAN TEORI

2.1. Media Massa

Media massa menurut Cangara adalah "alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan TV". (Supriana, 2017).

Sedangkan McQuail menyatakan bahwa media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Media juga dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif, dimana media menyajikan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan. (Supriana, 2017).

Dengan media massa manusia memenuhi kebutuhannya akan berbagai hal. Salah satunya dengan media online yang tergolong media paling baru. Media massa online tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubtitusinya.

Media online menjadi salah satu situs yang saat ini sering di akses oleh banyaknya pengguna internet. Dan pada penelitian ini penulus akan membahas tentang media online yaitu berupa *Channel Youtube* "*The Santoso*".

2.2 New Media

McQuail's "Media baru memiliki dua unsur utama yakni digitalisasi dan konvergensi. Internet merupakan bukti konvergensi karena menggabungkan beberapa fungsi media lain seperti audio, video, dan teks" (Efendi, Astuti, & Rahayu, 2017)

Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai "media baru" bersifat digital, integratif, interaktif, dapat dimanipulasi, serta bersifat jaringan, padat, mampat, dan tidak memihak.

Severin & Tankard "Gagasan inti McLuhan bahwa *the medium is the massage* dapat diaplikasikan pada internet atau pada bentuk-bentuk khusus *world wide web*, seperti situs-situs berita online. Lebih luas lagi, banyak tulisan McLuhan berhubungan dengan dampak psikologis dan kultural media baru. Gagasan McLuhan bahwa *new media* sering memanfaatkan *old media* sebagai isi juga dapat diterapkan pada internet. Beberapa penelitian telah mendokumentasikan kecenderungan koran koran online untuk mengemas kembali

materi-materi dari koran-koran cetak" (Permana & Mahameruaji, 2019)

2.4 *YouTube*

Media sosial sangat digemari masyarakat sebagai wadah dalam menyalurkan aspirasi dengan menggunakan video yaitu *YouTube*. Penyebabnya adalah masyarakat dapar dengan mudah mengunggah video ataupun gambar yang telah dibuatnya bahkan dengan menggunakan *handphone* dapat dilakukan. Dengan demikian hasil unggahan tersebut dapat dilihat dan dinikmati oleh masyarakat yang memang mengkonsumsi *YouTube*.

Sementara di Indonesia, *YouTube* merupakan *website* keempat terbanyak dikunjungi pengguna internet (www.alexa.com). Setiap bulannya penggemar yang mengikuti *YouTube*, terus meningkat sebesar 40.565 orang (www.socialbaker.com).(Hariyani, 2020)

Sedangkan menurut Patricia G. Lange (Hariyani, 2020), *YouTube* adalah situs berbagi video publik, dan orang dapat mengalami berbagai tingkat keterlibatan dengan video, mulai dari melihat hingga berbagi video untuk mempertahankan hubungan sosial.

YouTube dapat dijadikan sebuah media hiburan, karena dengan *YouTube* kita dapat menonton berita, musik, lagu, informasi dunia terbaru, dan film.

YouTube telah sukses dan menjadikan sebuah media yang terbaru di dunia. Media baru yang memiliki peran sama dengan media lama televisi, yaitu menampilkan gambar audio dan visual. Bahkan, saat ini media televisi memanfaatkan *YouTube* sebagai tempat untuk mempromosikan programnya, atau bahkan melakukan siaran di *YouTube* dengan *live streaming*. Adapula tren media televisi yang menggunakan video dari *YouTube* sebagai materi program acara.

2.5. Konstruksi Realitas Sosial

Realitas sosial, adalah kehidupan manusia yang terbentuk dalam proses yang terus-menerus, yakni gejala sosial sehari-hari, yang dalam pengertian sehari-hari dinamakan "pengalaman bermasyarakat". Atau dengan kata lain, realitas sosial itu tersirat dalam pergaulan sosial yang diungkapkan secara sosial melalui tindakan sosial seperti komunikasi lewat bahasa, bekerjasama lewat organisasi-organisasi sosial. "Pengalaman bermasyarakat" inilah sebenarnya esensi masyarakat itu. Realitas sosial seperti ini ditemukan dalam pengalaman intersubjektif (intersubjektivitas), merujuk pada struktur kesadaran umum ke kesadaran individual dalam kelompok yang saling berinteraksi. Maka jika ingin mengetahui, mempelajari, menjelaskan dan memahami esensi masyara-

kat, didapat melalui mempelajari "pengalaman bermasyarakat" atau realitas social (Berger & Thomas, 2015: 15)

Dan "pengalaman bermasyarakat", yang merupakan agregasi pengalaman-pengalaman individual yang membawa subjektivitasnya masing-masing, mengandung unsur pengetahuan sosial, kesadaran, persepsi individual (sistem nilai, dsb) dan memiliki dimensi subjektif dan objektif yang berbeda-beda sehingga berciri paradoksal dan kompleks, membawa kompleksitas realitas sosial. Pengalaman intersubjektivitas ini dapat dijelaskan, bahwa pada proses sosial, masing-masing individu pada dimensi subjektif-nya menghadirkan kenyataan sosial dalam konstruksinya dan ia memanifestasikannya melalui proses eksternalisasi (sebagai kenyataan objektif, dimensi objektif) yang kemudian mempengaruhi kembali manusianya melalui proses internalisasi (realitas subjektif). Di sini terdapat dialektika antara diri (self) dengan dunia sosio-kultural, yang berlangsung dalam satu proses, melibatkan tiga momen simultan: eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural), objektivasi (interaksi sosial dalam dunia intersubjektivasi), dan internalisasi (identifikasi diri dengan lembaga sosial). Maka dapat dikatakan bahwa "masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk masyarakat"(Berger & Thomas, 2015:16)

Menurut Bungin, istilah konstruksi sosial atau realitas menjadi terkenal sejak dipernalkan pertama sekali oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui buku mereka berjudul: *The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge* (1996). Dua ilmuan sosiologi itu menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.(M. B. Bungin, 2014)

Menurut Suparno (M. B. Bungin, 2014) "Asal mula konstruksi sosial dari filsafat konstruktivisme, yang dimulai dari gagasan-gagasan konstruktif kognitif. Menurut von Glasersfeld, pengertian konstruktif kognitif muncul pada abad ini. Dalam tulisan Mark Baldwin yang secara luas diperdalam dan disebarkan oleh Jean Piaget. Namun apabila ditelusuri, sebenarnya gagasan-gagasan pokok konstruktivisme sebenarnya telah dimulai oleh Giambatissa Vico, seorang epistimolog dari Italia. Menurut Giambatissa Vico, pada akhirnya ia menjadi cikal bakal konstruktivisme.

Menurut Bungin, (M. B. Bungin, 2014) Peter L. Berger dan Thomas Luckman menje-

laskan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat.

a. Pertama, *eksternalisasi,* yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Ini sudah menjadi sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat dimana ia berada. Manusia tidak dapat kita mengerti sebagai ketertutupan yang lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia.
b. Kedua, *objektivasi*, yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non-materil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan *eksternalisasi* manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk *eksternalisasi* tersebut menjadi realitas yang objektif.
c. Ketiga, internalisasi. Proses *internalisasi* lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah terobjektifkan tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada di luar kesadaran manusia, ada “di sana” bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang.

Dalam menjelaskan paradigma konstruktivis, Peter L.Berger dan Thomas Luckman menyatakan “bahwa realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia yg bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi

berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban fakta sosial, namun sebagai media produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya." (Basrowi & Sukidin, 2002: 194)

III. METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitan ini adalah konstruktivis. Paradigma konstruktivis memandang manusia secara aktif dan kreatif untuk mengembangkan dirinya melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

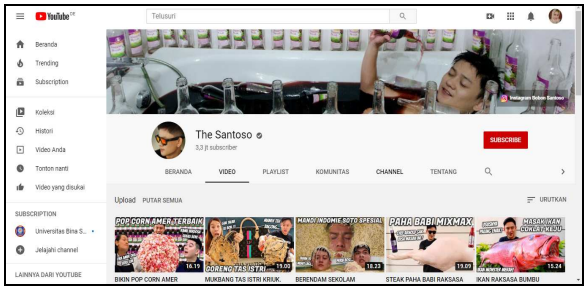
Realitas sosial dalam kajian konstruktivisme sebagai hasil konstruksi sosial, dimana kebenaran suatu realitas bersifat objektif. Dalam penjelasan ontologis paradigma konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan individu. Namun demikian kebenaran suatu realitas bersifat nisbi, yang berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Sedangkan dalam konteks epistemologi, pemahaman tentang suatu realitas, merupakan produk interaksi antara peneliti dengan objek yang diteliti. Dalam konteks aksiologi, peneliti sebagai passionate parcipatio, fasilitator yang menjembatani keragaman subyektivitas pelaku sosial. Sedangkan tujuan penelitian adalah rekonstruksi realitas sosial secara dialektis antara peneliti dengan pelaku social yang diteliti (Bungin, 2007)

Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode Framing Analisis. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan tekhnik pengamatan non partisipan dan dokumentasi. Adapun unit analisis dalam penelitian ini adalah *Channel YouTube "The Santoso"* yaitu pada video "Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa Depan"

IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Konten YouTube The Santoso pada video "Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa Depan"

Sosok Bobon Santoso dikenal sebagai *YouTuber* yang menyajikan konten makan makanan ekstrim. Namanya menjadi sorotan publik karena beberapa konten yang diunggahnya menuai banyak kontroversi. *Channel YouTube*-nya kini telah diikuti sebanyak 3,29 juta *subscribers*.



Gambar 3.1 Akun Chaneel YouTube The Santoso (Santoso, 2019)

YouTuber bernama lengkap Bobon Santoso ini lahir di Denpasar, Bali pada 1988. Sebelum menjadi *YouTuber*, Bobon Santoso merupakan pengusaha. Bobon memiliki usaha di Bandung dan Jakarta. Namun usaha tersebut bangkrut dan kini ia memilih tinggal di Bali dan menjadi *content creator*. Bobon Santoso adalah seorang *YouTuber* asal Indonesia yang kerap membuat konten kuliner ekstrem dalam kanal *YouTube "The Santoso"*. Sebenarnya, Bobon telah membuat *channel YouTube* sejak 22 April 2015, namun dirinya mulai aktif menjadi *YouTuber* sejak 29 Januari 2019. Telah berkarier selama setahun ke belakang,

Sebagai *YouTuber* ini telah memiliki bermacam-macam konten eksperimen menu makan yang ekstrim. Dan pada setiap kontennya ini dilihat oleh jutaan penikmat *YouTube*, salah satu video yang akan penulis ambil dalam kajian ini adalah "Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa Depan" dimana dalam kontennya Bobon mnyuguhkan bahkan menyantapnya masakan mie instan dengan *topping* nya adalah kecoa goreng.

Gambar 3.2 Konten YouTube "Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa Depan" (Santoso, 2019)

Gambar 3.3. Pemberitaan mengenai kontennya yang sedang viral (Camelia, 2019)

Bobon mengaku sengaja membeli kecoak-kecoak tersebut dari sebuah toko *online*. Dalam video berdurasi 14 menit 25 detik tersebut awalnya dia mencuci kecoak-kecoak tersebut dan merebusnya. Dia kemudian menggorengnya hingga terlihat kecokelatan. "Serius ini aromanya ya kaya udang, tapi rasanya gw belom tau," ujar Bobon sesaat usai

menggoreng kecoak-kecoak yang berukuran 6-7 cm tersebut.

Selanjutnya dia memasak mie instan dan menambahkan kecoak-kecoak tersebut sebagai toping. Ketika menyantapnya Bobon mengaku bahwa rasa kecoak tersebut mirip dengan udang.

Video *YouTube* nya ini telah ditonton oleh 3,2 juta kali dan mendapat "*like"* sebanyak 60 ribu orang dan 12 ribu yang *unlike* atau tidak menyukainya.

4.2 Analisa Kontruksi Realitas social pada konten YouTube The Santoso pada video "Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa Depan"

Tiga proses yang menyebabkan konstruksi relaitas pada konten *YouTube "The Santoso"* atau bobon dapat dianalisa sebagai berikut:

a. Pertama, *eksternalisasi*,

Yaitu usaha Bobon Santoso ini untuk mencurahkan ekspresi dirinya ke dalam dunia saat ini. Tampak dalam salah satu videonya yang memnyuguhkan indomie kecoa sebagai varian baru masa depan, merupakan suatu pencurahan atau ekspresi dirinya dalam kegiatannya untuk mencoba menjadi sesuatu yang punya keunikannya juga pada video lainnya yang telah ditayangkan dalam akun *YouTube*-nya. Sehingga dapat disimpulkan Bobon merasa inilah caranya dalam menunjuukan siapa dirinya tanpa orang lain melihat sisi lainnya dalam dirinya. Konten *YouTube* The Santoso pada video "Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa Depan" memang diciptakan oleh sang *YouTuber* dan merupakan konstruksi sosial.

Realitas objektif yang dianggap sebagai kenyataan adalah konsekuensi dari proses *institusionalisasi*, dimana kita mempercayai sesuatu tanpa bertanya lebih lanjut. Realitas objektif juga diturunkan ke generasi selanjutnya melalui *typification*. Maka konstruksi social akan kebiasaan hidup kita dengan makanan yang sehat yang umum dilakukan oleh masyarakat seperti mie instan adalah sesuatu yang bisa di golongkan dalam realitas objektif, Karena dianggap sebagai fakta yang diakui oleh masyarakat pada umumnya. termasuk dengan bagaimana binatang kecoa yang dianggap menjijikan dan tidak layak untuk dikonsumsi juga dapat di golongkan dalam realitas objektif Karena dianggap sebagai fakta yang diakui oleh masyarakat pada umumnya. Dalam hal konstruksi realitas sosial mengenai tayangan konten YouTube dima-

na memakan makanan mie instan denga binatang kecoa sebagai *topping*-nya adalah suatu tayangan yang tidak lazim tetapi disiarkan pada media *YouTube* maka media tersebut telah membangun konstruksi realitas sosial bahwa konten yang dibuat oleh Bon Bon Santoso itu diluar dari standar manusia dalam hal mengkonsumsi makanan yang lazim dikonsumsi.

Pada realitasnya kita selalu terbiasa untuk mengkonsumsi makanan seperti halnya makanan mie instan, maka hal ini masuk ke dalam skenario sosial. Kemudian kita juga mengenal yang namanya sesuatu binatang yang memang kita ketahui tinggal di tempat yang benar-benar kotor seperti kecoa adalah suatu binatang yang menjijikan. Seperti yang dinyatakan dalam pendapat L. Nerger dan Thomas Luckman, individu merupakan media yang memproduksi dengan kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya, maka tujuan dari sang *YouTuber* dalam mengunggah video tersebut untuk mengkonstruksi sebuah realitas yaitu untuk mencari perhatian publik dengan aksi tak biasanyanya dengan mengkonsumsi kuliner ekstrim dan kerap menuai perdebatan publik lantaran konten-konten yang diunggahnya dinilai tak biasa. Namun, *YouTuber* berusia 32 tahun ini mengaku bahwa segala sesuatu yang ia makan dalam konten *YouTube*-nya memang sudah dilakukan riset terlebih dahulu. Itulah konstruksi realitas yang diciptakan oleh sang *YouTuber* Bobon Santoso dan apa yang dibangunnya ini tidak sesuai dengan konstruksi realitas yang terjadi pada masyarakat karena dengan adanya konten-kontennya tidak sedikit pula yang tidak menyukai konten tersebut, bahkan sampai ada yang mengatakan bahwa Bon Bon adalah *YouTuber* yang Gila dan Jorok karena semua makanan dia buat dengan mencampurkan bahan makanan yang tidak lazim untuk dimakan.

Bila melihat pada video yang ditampilkan Bobon Susanto ini pada setiap video selalu ada yang menganggap bahwa makan kecoa Madagaskar seperti yang dilakukan oleh Bon Bon adalah memang binatang tersebut dapat dimakan (berbeda dengan kecoa yang sering kita dapati di daerah rumah tinggal kita) tetapi bagi sebagian warganet yang memang tidak menyukai binatang tersebut tetap saja menganggapnya jorok. Inilah konstruktif realitas secara subjektif. Sebanyak 14 ribu komentar pada konten tersebut yang pro dan kontra dengan video tersebut.

b. **Kedua*, objektivasi***, yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil yang telah dicapai oleh *YouTuber* merupakan sebuah kegiatan *eksternalisasi* manusia tersebut. Hasil dari *eksternalisasi* dari apa yang telah diciptakan oleh sang YouTuber teresebut yaitu diperuntukkan untuk popularitas, dengan adanya konten nya viral maka akan mendapat uang dari hasil konten tersebut bila dilihat oelh banyak orang. Maka hasil dari *eksternalisasi* tersebut menjadi realitas yang objektif.

c. **Ketiga*, internalisasi***.

Proses *internalisasi* lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Dari unsur yang telah terobjektifkan tadi bahwa video yang diciptakan tersebut untuk kebutuhan hidupnya dengan menayangkan hal ytang tidak lazim maka akan ditangkap sebagai gejala realitas diluar kesadarannya, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.

V. KESIMPULAN

Pada Konten video pada *Chanel YouTube The Santoso* atau bisasa disebut Bon Bon Santoso dalam salah satu tayangannya adalah "Indomie Kecoak Varian Baru Buat Masa Depan" merupakan konstruksi bagi YouTuber tersebut sebagai sesuatu yang menurutnya dapat menjadi sesuatu yang "goblok" dalam bahasa yang digunakannya atau disebut juga sesuatu yang ekstreem. Sedangkan bagi pemirsa atau warganet yang menlihat tayangan tersebut merupakan sebuah konstrusi yang berbeda, justru bagi sebagian warganet yang menyaksikan menganggapnya sebagai sesuatu yang menjijikan dan jorok sehinggahal ini merupakan sebuah kontruksi dan ini merupakan sebuah konstruktif realitas secara subjektif.

Media *YouTube* dapat membentuk sebuah konstruksi realitas social atas tayangan yang ditampilkannya .

DAFTAR PUSTAKA

Basrowi, & Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Perspektif Mikro: Grounded theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi*. Surabaya,: Insan Cendekia.

Berger, P., & Thomas, L. 2015. *Tasfir Sosial Atas Kenyataan. Terj*. Jakarta: LP3ES.

Bungin, B. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana Pranada Media.

Bungin, M. B. 2014. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. (14th ed.). Jakarta: Prenadamedia, Kencana Group.

Camelia. 2019. Bikin Jijik, Youtuber Ini Makan Mie Instan dengan Toping Kecoak - Citizen6 Liputan6.com. Retrieved November 25, 2020, from Liputan6.com website: https://www.liputan6.com/citizen6/read/4047025/bikin-jijik-youtuber-ini-makan-mie-instan-dengan-toping-kecoak

Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. 2017. Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, *18*(2), 12–14. Retrieved from http://journals.ums.ac.id/index.php/humaniora/article/download/5188/3455

Hariyani, N. 2020. Konstruksi Konten Vlog Penerima Diamond Play Button Di Youtube Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, *21*(1). Retrieved from http://sosial.unmermadiun.ac.id/index.php/sosial/article/view/55

Permana, A. 2018. Fakta Menarik Riset Google tentang Perkembangan YouTube di Indonesia | Trentech.id. Retrieved November 25, 2020, from https://www.trentech.id/ website: https://www.trentech.id/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia/

Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. 2019. Strategi Pemanfaatan Media Baru Net. Tv Utilization Of New Media Strategy Of Net.Tv. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, *23*(1), 21–36. Retrieved from https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/download/1770/1092

Praditya, D. 2018. 3 Fakta Menarik tentang Perkembangan YouTube di Indonesia. Retrieved November 25, 2020, from https://id.techinasia.com/ website: https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia

Santoso, B. B. 2019. The Santoso - YouTube. Retrieved November 25, 2020, from youtube.com website: https://www.youtube.com/channel/UCCeJqNJdhaydrlubVLzyErQ

Siregar, S. M. I. 2016. Media Online Dan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasional Media Online'Medan.Tribunnews.com' terhadap Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara). In *FLOW* (Vol. 2). Retrieved from www.medan.tribunnews.Com

Supriana, H. 2017. *PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP CITRA PARTAI POLITIK*. Retrieved from http://repository.radenintan.ac.id/3055/1/SKRIPSI_LENGKAP_HERRI.pdf