

Pola Komunikasi Bahasa Youtuber dalam Konten Video Blog (Vlog) Kanal Ria SW

Suzan Aprilia^{1*}, Ani Murdiati¹, Sumaina Duku¹, Saipul Anwar¹

¹UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola komunikasi bahasa dan konten video blog pada kanal Ria SW. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data yaitu teknik analisis media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, pola komunikasi bahasa Youtuber pada kanal Ria SW adalah pola komunikasi satu arah, dua arah dan multiarah, pola komunikasi satu arah lebih mendominasi karena komunikasi antara Ria SW dan *viewers* yang bertindak sebagai pendengar saja. Bahasa yang digunakan Ria SW ialah bahasa sehari-hari yang bersifat informatif dan menghibur dengan gaya bahasa repetisi, bahasa santai serta lebih memberikan respons dan tidak kaku dengan selalu menampilkan bahasa tambahan yang disajikan. Dan kedua, konten video blog yang dimuat pada kanal Ria SW berisi tentang kuliner dan *travelling* yang berbeda dari Youtuber lainnya. Ria SW juga dalam membuat konten untuk videonya selalu terdapat pesan implisit untuk tidak meniru gaya orang lain.

Kata Kunci: Pola Komunikasi Bahasa, Youtuber, Video Blog, Ria SW

Abstract: This study aims to describe the pattern of language communication and video blog content on the Ria SW channel. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. The data analysis technique is social media analysis technique. The results of this study indicate that first, the Youtuber language communication pattern on the Ria SW channel is a one-way, two-way and multi-way communication pattern, one-way communication patterns dominate because communication between Ria SW and viewers acts as listeners only. The language used by Ria SW is everyday language that is informative and entertaining with a repetition style, relaxed language and more responsive and not rigid by always displaying additional language presented. And second, the video blog content published on the Ria SW channel contains culinary and traveling that is different from other Youtubers. Ria SW also in creating content for her videos there is always an implicit message not to imitate other people's styles.

Keywords: Language Communication Pattern, Youtuber, Video Blog, Ria SW

Pendahuluan

Kemajuan teknologi dan informasi merupakan bentuk dari globalisasi dan modernisasi yang dihasilkan oleh perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat. Perkembangan *New Media*, terus melaju pesat dalam kurun waktu beberapa tahun

terakhir. *New Media*, sendiri merupakan terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Hal tersebut semakin memudahkan manusia atau seseorang untuk membangun jaringan dan berinteraksi dengan orang lain tanpa batasan jarak dan waktu.

* Corresponding Author: Suzan Aprilia (suzanaprilialia63@gmail.com). UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia

Kemajuan ini menunjang kehidupan masyarakat dunia termasuk di Indonesia. Internet salah satu wujud perpaduan arus komunikasi dengan perkembangan teknologi. Dari internet inilah muncul media sosial yang salah satunya adalah Youtube.

Youtube sudah menjadi *trend* dan banyak digunakan oleh para pencari berita atau *infotainment* untuk mengulik pencitraan seorang publik figur atau selebriti tersebut. Publik figur tersebut menggunakan Youtube sebagai media untuk berkomunikasi dan juga mengunggah dokumentasi pribadi mereka yang *up to date* melalui channel atau saluran Youtube-nya sebagai bentuk informasi publik. Pengguna Youtubepun dapat dengan bebas berkomentar terhadap video yang diunggah publik figur atau selebriti tersebut.

Di dalam Youtube terdapat berbagai macam jenis video yang diunggah setiap harinya salah satunya yaitu vlog. Di mana vlog merupakan sebuah blog berbentuk video. Blog merupakan bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya, perkembangan selanjutnya blog banyak memuat jurnal (tulisan keseharian pribadi) si pemilik dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung (Nasrullah, 2013). Vlog merupakan video jurnalis yang berada di dalam *web* atau situs *web* yang berisikan mengenai kehidupan, pikiran, opini, dan ketertarikan. Di dalam vlog terdapat berbagai macam hal yang dibahas atau dibicarakan. Mengunggah konten melalui video dianggap lebih mudah, para *vlogger* merasa lebih bebas mengekspresikan pendapat tanpa harus memiliki keahlian dalam merangkai kata-kata agar mudah dipahami oleh pembacanya dan dianggap interaksi dengan penontonnya cukup terarah dan interaktif.

Fenomena *vlogging* di Indonesia cukup menarik minat masyarakatnya. Banyak dari *blogger* Indonesia yang sudah terkenal dengan tulisannya berpindah alih menjadi *vlogger* dengan mengunggah videonya di *channel* Youtube, walaupun masih banyak yang bertahan berbagi konten dengan tulisan, atau bisa kedua-duanya. Di tahun 2009 masyarakat Indonesia pernah dihebohkan dengan video unggahan Marshanda di Youtube yang mengungkapkan perasaan pribadinya. Disusul pada tahun 2010 video *lypsinc* keong racun yang diunggah oleh Sinta dan Jojo yang cukup banyak menarik perhatian dan membuat mereka menjadi terkenal pada saat itu. Kemudian muncul beberapa orang yang mulai mengikuti jejak mereka untuk mendapatkan kepopuleran melalui Youtube dengan menggugah videonya.

Dari kemudahan yang didapatkan masyarakat dalam mengekspresikan diri dan pendapat mereka kini, banyak dari pengguna menjadi berlebihan dalam mengunggah video. Ditambah tidak adanya batasan pengguna internet dalam mengakses situs atau konten-konten yang tidak layak dipertontonkan tanpa filter. Seperti fenomena yang terjadi tahun 2016 lalu, nama seorang *vlogger* Indonesia yang mendadak terkenal karena vlog yang ia unggah dianggap kontroversial bagi seorang remaja seusianya. Ditambah lagi dengan gaya hidup dan pergaulannya mengadaptasi budaya kebarat-baratan yang bertolak belakang dengan budaya di Indonesia.

Berdasarkan kasus-kasus yang ada, maka timbul permasalahan antara apa yang ada dalam konten Vlog terhadap sikap penonton terutama anak muda. Harapannya, sebagai konten yang mudah dibuat dan bebas untuk berekspresi, vlog menjadi sarana yang kreatif bagi para *vlogger* maupun penontonnya. Namun, kenyataannya, muncul tren-tren kontroversial yang berpotensi

menjadi pengaruh buruk bagi penonton. Vlog mereka ini dianggap menyalahi norma-norma yang ada di Indonesia karena menunjukkan budaya “kebarat-baratan” yang bebas yang tidak diterima dalam budaya timur. Apalagi, para *vlogger* umumnya adalah anak muda sehingga menargetkan penonton yakni anak muda juga.

Maraknya vlog di media sosial menjadi tontonan rutin para anak muda. Fenomena ini juga muncul dalam semua kalangan. vlog sudah menjadi pembicaraan dan tren yang marak. Hal ini tampak dari penggunaan Youtube di semua kalangan yang memilih untuk menonton vlog lebih daripada konten yang lain dan menontonnya secara berkala sesuai dengan jadwal unggahan video para *vlogger*. Selain itu, beberapa orang juga memiliki akun Youtube dan mengunggah vlog mereka sendiri, membuat mereka menjadi seorang *vlogger* juga.

Jadi, untuk menonton vlog harusnya semua orang tidak akan mudah menerima hal-hal yang dinilai negatif dan menyaring tontonan yang ada. Terutama orang-orang yang mempelajari mengenai komunikasi bermedia. Selain aktif menggunakan media sosial terutama Youtube dan karena mereka menuntut ilmu dalam bidang komunikasi maka akan dilihat pengaruh apa yang terjadi dari konten berbasis vlog di Youtube yang mengandung unsur baik positif maupun negatif dari cara pandang seseorang yang mempelajari mengenai komunikasi bermedia.

Di Indonesia sendiri, ada banyak *channel foodie* yang sangat disukai oleh penontonnya, salah satunya adalah Ria SW (Sukma Wijaya). Belum lama ini, Ria SW baru saja merilis buku yang berjudul “*Off The Record*” yang menceritakan berbagai pengalamannya selama menjadi Youtuber. Wajah Ria SW yang kepedasan selalu terngiang-ngiang di kepala selepas menonton video-videonya di Youtube. Seblak, Samyang,

Pecel Ayam, Ramen, Sate Taichan, *Korean Food*, semua makanan yang disantapnya selalu berhasil bikin penontonnya menelan ludah berkali-kali. Belum lagi, melihat Ria SW memasukkan makanan itu ke dalam mulutnya. Meraba-raba eskpresinya hingga menantikan komentarnya, membuat perut semakin keroncongan.

Pemilik nama lengkap Ria Sukma Wijaya ini dikenal sebagai salah satu Youtuber yang paling populer di tanah air. Konten yang diunggahnya selalu laris dinantikan para *subscriber*. Hingga saat ini, Ria sudah punya lebih dari 1,1 juta *subscriber*. Jumlah yang sangat luar biasa untuk ukuran Youtuber di Indonesia. Popularitas yang dimiliki Ria juga berlanjut di *instagram* dengan adanya jumlah *follower* yang mencapai angka 401 ribu *followers* (Fimela, 2019).

Setiap orang tentu punya masa lalu dalam perjalanan karirnya. Begitu juga dengan Ria SW sebelum menjadi Youtuber seperti sekarang, dia pernah berkarir sebagai asisten produser di stasiun TV hingga menjadi produser di sebuah situs *entertainment* ternama di tanah air. Memutuskan untuk keluar dan membangun *channel* sendiri di Youtube Ria yang mulai aktif sejak tahun 2016 pun perlahan terus berkembang. Berkat popularitas yang dimilikinya saat karir di masa lalu. Ria punya banyak *fans* loyal yang terus mengikuti setiap video yang diunggahnya. Alhasil kini Ria sukses menjadi salah satu Youtuber dengan jumlah *subscriber* terbanyak di Indonesia.

Berkat kehadiran sosial media seperti Youtube sehingga interaksi sosial *channel* Ria SW dapat disaksikan oleh ribuan khalayak. Setiap tayangannya, interaksi dan pola komunikasi *channel* Ria SW dapat dipahami oleh penonton. Kebanyakan tayangannya mendapatkan respon yang baik dari penontonnya. Aktivitas antara pengguna Youtube inilah yang menjadi daya tarik

untuk diteliti. Dimana yang dimaksudkan yaitu para pengguna Youtube di kota Palembang yang merupakan *subscriber* ataupun penonton tayangan *channel* Ria SW untuk meminta tanggapan serta mendapat data tentang *Youtubers channel* Ria SW.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yakni penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati dan melihat peristiwa secara langsung pada saat penelitian. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivis dengan menempatkan pengamatan serta objektivitas untuk menemukan realitas pola komunikasi bahasa *Youtuber* yang digunakan dalam konten video blog (vlog) *channel* Ria SW. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui teknik pengumpulan data menggunakan studi bahan visual. Teknik pengumpulan data ini menggunakan bahan visual secara utuh dengan menggunakan teknologi digital. Pada penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan studi bahan visual dalam video blog Ria SW yang didapatkan dari media sosial Youtube.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

1. Pola Komunikasi Bahasa *Youtuber Channel* Ria SW

Pola komunikasi yang digunakan melalui bahasa komunikasi verbal dan nonverbal yakni dengan kata-kata yang diucapkan atau melalui simbol, tanda, bunyi, maupun tulisan. Lalu menggolongkannya berdasarkan teori milik Effendy yang menjelaskan pola komunikasi yang terdiri atas tiga macam yaitu:

- a. Komunikasi satu arah, yaitu proses penyampaian pesan dari komunikator

kepada komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa ada umpan balik dari komunikan dalam hal ini komunikasi bertindak sebagai pendengar saja.

- b. Komunikasi dua arah, yaitu komunikator dan komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka, komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi.
- c. Komunikasi multi arah, yaitu proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis.

Berikut adalah hasil penelitian terkait pola komunikasi bahasa *Youtuber* dalam *channel* Ria SW:

- 1) Pada video CIRENG SAMBAL TERASI, dipublikasi pada tanggal 12 Juni 2020, pada menit 0:12 hingga menit 5:47 Ria SW menjelaskan tentang proses memasak cireng mulai dari bahan dan cara memasak kepada *viewers*nya.



Gambar 1. *Viewers* pada Video Blog *Channel* Ria SW

Kemudian Ria SW menambahkan tulisan *NEXT STEP* pada videonya menandai langkah selanjutnya dari proses memasak. Hingga menit 5:47 dengan gambar cireng

dan sambal yang telah disajikan dilengkapi dengan tulisan “*bon appetit!*” Ria SW mengucapkan kalimat “*Finally*” yang menandai bahwa cireng tersebut telah siap disajikan.

Jika dikaitkan dengan teori Effendy dalam video blog *channel* Ria SW ini menggunakan pola komunikasi satu arah yakni Ria SW sebagai komunikator dan *viewers* sebagai komunikan yang bertindak sebagai pendengar saja.

- 2) Pada Video *MY TOP 3 INDONESIA CHILLI*, dipublikasi tanggal 15 mei 2020 pada video yang berisi 7:56 menit ini Ria SW menjelaskan 3 jenis sambal yang harus ada dirumah. Dalam video ini terdapat tanggapan berupa komentar yang bententuk tulisan dari *viewers* video blog *channel* Ria SW.



Gambar 2. Komentar *Viewers* pada Video Blog *Channel* Ria SW



Jika dikaitkan dengan teori Effendy dalam video blog *channel* Ria SW ini menggunakan pola komunikasi dua arah yaitu Ria SW sebagai komunikator dan *viewers* yang memberi tanggapan komentar berupa tulisan bertindak sebagai komunikan saling bertukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka.

- 3) Pada video *RIA KITCHEN #02*, dipublikasi tanggal 16 Agustus 2019, pada menit 12:14 Ria SW berinteraksi dengan Kak Gita. Dalam video ini Ria SW menjelaskan bahan masakan, cara memasak, hingga mencicipi masakan gulai kambing. Dalam video juga berisi ini terdapat tanggapan berupa komentar yang bententuk tulisan dari *viewers* video blog *channel* Ria SW



Gambar 3. *Viewers* dan Komentar Pada Video Blog *Channel* Ria SW

Jika dikaitkan dengan teori Effendy dalam video blog *channel* Ria SW ini proses komunikasi multi arah terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak di mana komunikator yaitu Ria SW, Kak Gita dan *viewers* yang memberikan tanggapan berupa komentar yang berbentuk tulisan saling bertukar pikiran secara dialogis.

2. Konten Video Blog *Channel* Ria SW

Ria Sukma Wijaya, yang biasa dipanggil Ria SW mempunyai *channel* Youtube dimana video-video nya berisi tentang kuliner dan *travelling*. Dia menyisipkan unsur mengajak penonton untuk pantang menyerah, punya pendirian dan gemar menabung. Namun terdapat karakteristik tersendiri bagi Ria, yaitu harus punya *passion*, tidak pernah terus-menerus mengikuti *trend* sehingga videonya tidak sama dengan *vlogger* yang lain. Dia suka membuat konten yang akhirnya menjadi *viral* dan dia selalu menanamkan pesan disetiap kontennya.

Konten video blog yang terdapat dalam *channel* Ria SW terdiri dari dua jenis konten yaitu sebagai berikut:

a. Kuliner

Ria SW dalam video blog nya selalu konsisten menyampaikan tentang kuliner. Hal ini karena Ria SW memiliki karakteristik tersendiri dalam membagikan hasil karyanya. Video blog tentang makanan itu sangat banyak di Youtube, tetapi Ria SW mempunyai ilmu dasar mengenai kuliner dibandingkan dengan *food vlogger* lainnya. Konten yang diberikan Ria SW dalam *channel*nya tidak hanya berisikan informasi kuliner yang sedang viral, tetapi kuliner yang belum banyak diketahui oleh orang lain dalam daerah- daerah Indonesia maupun luar negeri. Video mukbang alias makan besar selalu dilakoni Ria untuk membuat para *subscriber*-nya ikutan lapar dan merasakan nikmatnya sensasi saat nonton ragam menu lezat di layar ponsel ataupun laptop.



Gambar 4. Konten-Konten Video Blog Kuliner Dalam *Channel* Ria SW

Sebagai *Youtuber* atau pembuat video blog, Ria SW memang harus mempunyai *passion* di bidangnya agar karya yang mereka geluti selalu terarah dan selalu mendapat apresiasi dari *viewers*. Ria SW dan memang berbeda dari *Youtuber*

selebriti lainnya, dimana kebanyakan selebriti hanya membagikan kegiatan kesehariannya saja. Dalam konten-konten yang dibuat oleh Ria SW ini terdapat unsur informatifnya dan juga terdapat unsur ajakan untuk *viewers* agar dapat memanfaatkan media sosial dengan baik dan berguna.

Salah satu konsistensi dalam *channel* Ria SW terlihat pada salah satu video berjudul “warteg favorite” Ria SW berkata jika ulasan dan informasi kuliner dalam video adalah kuliner yang terpilih. Karena jika kuliner tersebut berkategori buruk, Ria SW tidak akan menayangkan informasi kuliner tersebut dalam konten videonya. Ulasan yang dilakukan oleh seorang *influencer* dapat memberikan respon khalayak yang berbeda-beda tergantung dari isi informasi yang telah diberikan.

Ria SW selalu mencicipi sambal dari setiap makanannya terlebih dahulu sebelum memulai memakan hidangan utamanya. Kebiasaannya dalam mencicipi berbagai sambal dan aneka makanan pedas seperti samyang, ceker ayam pedas hingga ramen super pedas menjadi keunikan sendiri yang dia sajikan dalam konten Youtube-nya. Tak jarang hal tersebut mengundang komentar yang khas pula dari para *viewers*-nya.

b. Travelling

Berbeda dengan *food vlogger* lainnya yang hanya mencicipi kuliner di dalam negeri saja. Ria SW lebih memilih *travelling* ke berbagai negara sembari *hunting* kuliner di sana. Ria SW menyebut bahwa *travelling* itu menyenangkan, terutama saat mencicipi kuliner lokal dan

membaur dengan orang lokal di sana. Pada setiap kunjungan di berbagai daerah maupun di luar negeri, pasti dia akan mencicipi kuliner pedas yang ada di tempat tersebut. Biasanya Ria SW juga selalu memberikan petunjuk secara detail jika kita akan mencari lokasi tempat makan tersebut.



Gambar 5. Video Blog Travelling Dalam Negeri pada Channel Ria SW

Ria SW juga membuat konten tentang perjalanan kulinernya hingga keluar negeri. Negara-Negara seperti Malaysia, Singapura, Jepang hingga Korea Selatan pun kerap dia datangi demi terciptanya konten yang menarik. Ia biasanya melakukan *room tour* di kamar hotel atau sekedar memperlihatkan suasana tempat ia menginap untuk dijadikan referensi saat kamu hendak pergi ke sana. Biasanya, Ria juga memberikan tips-tips bermanfaat di setiap konten yang dia buat.

Video blog Ria SW membahas soal kuliner, mukbang atau siaran makan hingga konten unik jalan-jalan yang berbeda dari Youtuber lainnya. Video blog Ria SW dibuat semenarik dan diberi simbol-simbol lucu. Ria SW juga dalam membuat konten untuk videonya selalu terdapat implisit pesan untuk tidak meniru gaya orang lain. Dan dalam videonya selalu ada tantangan kepada *viewers*, dan

tantangan tersebut banyak juga yang menanggapinya.

Pembahasan

1. Pola Komunikasi Bahasa Youtuber Channel Ria SW

Pola komunikasi yang digunakan dalam *channel* video blog Ria SW menggunakan pola komunikasi satu arah, dua arah dan multi arah. Proses komunikasi Ria SW dengan *subscribers* dalam *channel*nya dilakukan dengan baik. Berbagai interaksi dan komunikasi yang terjadi antara Ria SW dan *subscribers* dalam *channel*nya berbanding lurus dengan peluang untuk berkolaborasi satu sama lain. Komunikasi yang dijalankan selama ini sangat lancar dan tidak ada masalah. Hal ini juga terlihat pada penilaian pada *website influencer* yang menunjukkan bahwa tingkat interaksi video blog Ria SW di Youtube merupakan indikator yang sangat baik dan lebih tinggi dibandingkan indikator yang lain seperti performa video, keragaman media sosial, frekuensi pembaruan video serta pertumbuhan *subscribers* dan *channel*.



Gambar 6. Laporan Analisis Penilaian Channel Ria SW

Pada laporan analisis penilaian beberapa video Ria SW yang ditayangkan di Youtube menunjukkan bahwa perkiraan nilai video Ria SW rata-rata *view* atau yang menonton video Ria SW masuk sekitar 83.25% *view* yang ada di Youtube. Rasio *like* pada video Ria SW juga menunjukkan nilai rasio di atas sekitar 3.87 % dan jumlah komentar yang masuk yaitu 0.23% setiap videonya. Dari analisis ini menunjukkan bahwa pola

komunikasi yang dijalankan Ria SW sangat baik sehingga menghasilkan video yang menarik dan disukai *subscribers* dan *viewers*-nya.

Jika dikaitkan dengan teori Effendy pola komunikasi satu arah lebih mendominasi dari video vlog *channel* Ria SW. Hal ini dibuktikan karena adanya jumlah persentase *views* yang lebih tinggi menggambarkan bahwa pola komunikasi antara Ria SW sebagai komunikator dan *viewers* sebagai komunikan hanya bertindak sebagai pendengar saja, dibandingkan persentase komentar yang lebih sedikit.

Isi video blog *channel* Ria SW yang ditayangkan mudah dimengerti *subscribers*nya dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami khususnya bagi kaum remaja. Ria SW menggunakan bahasa sehari-hari yang bersifat informatif dan menghibur sehingga bisa menjadi jenis video yang diterima kebanyakan *subscribers*nya. Setidaknya banyak dari para *subscribers*nya secara tidak sadar menirukan gaya bahasa dan cara berbicara Ria SW. Selain itu, video blog sangat memudahkan dalam komunikasi seputar bahasa. Kelebihan dari video-video Ria SW yang dinonton *viewers*, salah satunya adalah banyak melahirkan istilahnya yang beragam. Pada media televisi, *viewers* hanya terbatas menemukan bahasa asing dan kebanyakan berpusat pada bahasa Inggris, namun di Youtube segala jenis bahasa yang ingin dipelajari pun tersedia.

Pada proses observasi, peneliti memperhatikan semua proses komunikasi verbal dan non verbal serta mekanisme acara yang diikuti sejumlah *subscribers* dan Ria SW. Komunikasi yang dijalin oleh setiap *subscribers* dalam Channel Ria SW terlihat selalu adanya interaksi antar para *subscribers*nya.

Dalam konten video blog Ria SW menggunakan bahasa verbal maupun non verbal

yang digunakan, dalam bahasa verbal mengucapkan, namun simbol *yummy*, dan berupa tulisan yang terdapat dalam kolom komentar. Salah satu gaya bahasa yang digunakan oleh Ria SW ialah gaya bahasa repetisi. Gaya bahasa repetisi adalah menyatakan sesuatu secara berulang dengan kata-kata atau makna yang sama agar diperoleh pengertian yang dalam. Misalkan pada satu video blog, Ria SW mengucapkan kata-kata seperti “enak banget”, “nagih banget”, yang maknanya sama tetapi terus diulang agar memiliki pengertian yang lebih dalam. Ria SW juga dalam video blognya menggunakan bahasa gaul dan bahasa santai atau tidak resmi seperti *gue*, *elu*. Selain itu, Ria SW yang menggunakan bahasa lebih memberikan respons, tidak kaku dan selalu ada bahasa-bahasa tambahan seperti kata “*yummy*”, “*caaan*”, “*oh my god!*”, “*guys*”, “*tadaaa*”.

Keahlian Ria SW dalam mengedit dan menyajikan konten yang berbeda dengan Youtuber lain dinilai mampu mendatangkan jutaan *viewers* setiap dia selesai mengupload konten baru. Ia dianggap jujur namun tetap sopan dalam memberikan *review* makanan yang dia makan dan alur konten pun dinilai tidak monoton alias tidak membosankan sehingga durasi yang lama pun tak terasa cepat sekali berlalu. Daya tutur yang terdapat dalam video blog Ria SW didominasi dengan komentar positif yang artinya berdaya.

Konten yang diunggahnya selalu laris ditonton penggemar. Gayanya yang ceria dan kocak saat mereview makanan menjadi ciri khas Ria SW. Selain itu, Ria menyisipkan guyonan kala mereview makanan.

2. Konten Video Blog *Channel* Ria SW

Dilihat dari *playlist* dalam video blog *channel* Ria SW, ia mengelompokkan kontennya berdasarkan kota atau tempat dimana Ria SW *Traveling* dan Kuliner. Seperti *playlist* SOUTH

KOREA, RIA SW *STREET#FOOD*, BALI, BANKOK,

MALANG, SOLO, TAIPE dan *playlist* lainnya. Ria SW mengelompokan kontennya berdasarkan kota bertujuan memudahkan *viewers* dalam mencari kuliner di kota yang akan ia kunjungi.

Berdasarkan judul, tema, dan isi dari video blog *channel* Ria SW konten kuliner dan *traveling* lebih mendominasi dari *channel* Youtubanya. Lewat konten jelajah kuliner yang dikemas dengan gaya *kekinian*, video makan-makan Ria SW selalu ditunggu *viewers*nya. Tak jarang bahkan menjadi *trending* Youtube. Konten Ria SW juga sering dijadikan bahan reverensi bagi *viewers*nya dalam berwisata kuliner.

Kesimpulan

Pola komunikasi bahasa Youtuber dalam *channel* Ria SW menggunakan pola komunikasi satu arah, dua arah dan multi arah. komunikasi satu arah dianggap lebih mendominasi dimana komunikasi dari Ria SW kepada *viewers* yang bertindak sebagai pendengar saja. Bahasa yang digunakan Ria SW ialah bahasa sehari-hari yang bersifat informatif dan menghibur dengan gaya bahasa repetisi, bahasa santai serta lebih memberikan respons dan tidak kaku dengan selalu menampilkan bahasa tambahan yang disajikan. Konten video blog yang dimuat dalam *channel* Ria SW berisi tentang kuliner dan *travelling* yang berbeda dari Youtuber lainnya. Ria SW juga dalam membuat konten untuk videonya selalu terdapat implisit pesan untuk tidak meniru gaya orang lain.

Daftar Pustaka

Achmadi, Abu dan Narbuko Cholid. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. Aisyah, Siti. 2017. *Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger Di Kota*

Makassar. Skripsi, Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Makassar.

Atmaja, Nengah Bawa dan Luh Putu Sri Ariani. 2018. *Sosiologi Media: Perspektif Teori Kritis*. Depok: Rajawali Pers.

Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group.

Cangara, Hafid. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

David, Eribka Ruthellia., Mariam Sondakh dan Stefi Harilama. 2017. *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. e- journal Acta Diurna, Volume VI. No. 1.

Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Fimela. *Berkenalan Dengan Ria SW, Youtuber Hits yang Suka Makan dan Super Kocak*. 16 April 2018. Diakses melalui: <https://www.fimela.com>

Ginting, Sarizalia Plantika. 2018. *Representasi Citra Kepala Negara Dalam Video Blog (Vlog) Youtube Presiden Joko Widodo "#Jokowimenjawab Episode 1" (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. JOM FISIP Vol. 5 No. 1 - Edisi April.

Hamid, Usman. 2015. *Dynamo: Digital Nation Movement*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Herwibowo, Yudhi. 2008. Youtube. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Liliwari, Alo. 2007. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta, PT LkiS Pelangi Angkasa.

Liliwari, Alo. 2015. *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana.

Morissan, Deddy Andy Wardhani. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Muhajirin, Noen. 1996. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.

Nasrullah, Rulli. 2013. *Cyber Media*. Yogyakarta: IDEA Press.

Rachmayanti, Mandira. 2019. *Mudah Menjadi Youtuber Profesional*. Yogyakarta: Andi.

Rohani dan Hingawati Setio. 2013. *Komunikasi: Panduan Praktik Keperawatan*. Yogyakarta:

PT Citra Aji Parama.

Supriono dan Ahmad Harun Yahya. 2019. *New Media dan Strategi Periklanan (Analisis Diskursus Youtubers Sebagai Stealth Marketing)*. Aktualita, Jurnal Penelitian Sosial Dan Keagamaan, Volume 9, Edisi 1.

Susanto, Eko Harry. 2013. *Komunikasi Politik: Pesan, Kepemimpinan dan Khalayak*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.