
Artikel Pra terbit

 29

 Economy

 Yeungnam University

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:2984154574

Submission Date

Aug 16, 2024, 11:03 AM GMT+9

Download Date

Aug 16, 2024, 11:04 AM GMT+9

File Name

Artikel_Pra_terbit.docx

File Size

2.7 MB

13 Pages

7,192 Words

46,229 Characters

15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography

Top Sources

- 15%  Internet sources
- 13%  Publications
- 12%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 15% Internet sources
- 13% Publications
- 12% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

| | | | |
|----|----------------|--|-----|
| 1 | Student papers | | |
| | | Universitas Muhammadiyah Sidoarjo | 10% |
| 2 | Internet | | |
| | | archive.umsida.ac.id | 1% |
| 3 | Internet | | |
| | | www.researchgate.net | 1% |
| 4 | Student papers | | |
| | | Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya | 0% |
| 5 | Publication | | |
| | | Fuji Nurul Madaniah, Dinie Anggraeni Dewi, Muhammad Irfan Adriansyah. "Masa... | 0% |
| 6 | Internet | | |
| | | 123dok.com | 0% |
| 7 | Student papers | | |
| | | Sriwijaya University | 0% |
| 8 | Internet | | |
| | | ejournal.uinsaid.ac.id | 0% |
| 9 | Internet | | |
| | | kc.umn.ac.id | 0% |
| 10 | Internet | | |
| | | www.jurnal.stahnmpukuturan.ac.id | 0% |
| 11 | Internet | | |
| | | cat2.riss4u.net | 0% |

| | | | |
|----|----------|------------------------------------|----|
| 12 | Internet | digilib.uinkhas.ac.id | 0% |
| 13 | Internet | www.yrpiiku.com | 0% |
| 14 | Internet | ejurnal.stisipolcandradimuka.ac.id | 0% |
| 15 | Internet | pt.scribd.com | 0% |
| 16 | Internet | repository.uin-suska.ac.id | 0% |
| 17 | Internet | eprints.untirta.ac.id | 0% |
| 18 | Internet | es.scribd.com | 0% |
| 19 | Internet | proceedingsiches.com | 0% |
| 20 | Internet | rezpozitorij.pvzg.hr | 0% |
| 21 | Internet | repository.unikama.ac.id | 0% |

Analisis Naratif : Konten Prank Suara False Pada Youtube Angga Candra

Narrative Analysis: False Voice Prank Content on Youtube Angga Candra

Syamsul Zoqri ¹⁾, Didik Hariyanto ^{*.2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: didikhariyanto@umsida.ac.id

Abstract. This study aims to analyze the content of false voice prank on Angga Candra's YouTube. The method used is narrative analysis with the application of the Tzvetan Todorov model, which involves identifying the beginning, middle, and end structures in the video narrative. The object of this study is Angga Candra's prank video, while the subject is Angga Candra's YouTube. The results of the analysis show that the number of likes, viewers, and comments provide a clear picture of the effectiveness of the video in attracting attention and maintaining the interest of the audience, as well as the emotional impact produced. The initial structure begins with an introduction that displays false voice as an element of disturbance that successfully triggers the audience's curiosity, then in the middle there is a change when Angga Candra displays a melodious voice that creates a new balance from confusion to admiration, and at the end the audience is given a satisfying resolution when the disturbance is changed into admiration. Popularity indicators such as likes, comments, and the number of viewers serve as the main metrics or measures to measure the success of this content. The number of likes on this video shows that the audience appreciates the content, while the number of comments received by Angga Candra reflects that the audience feels involved in providing views or feedback. The high number of viewers indicates that the content has succeeded in reaching a wide audience.

Keywords - Narrative Analysis, Prank Content, Angga Candra, False Sound

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten prank suara false pada youtube angga candra. Metode yang digunakan adalah analisis naratif dengan penerapan model Tzvetan Todorov, yang melibatkan identifikasi struktur awal, tengah, dan akhir dalam narasi video. Objek penelitian ini adalah video prank Angga Candra, sedangkan subjeknya adalah youtube Angga Candra. Hasil analisis menunjukkan bahwa jumlah like, viewers, dan komentar memberikan gambaran yang jelas tentang efektivitas video yang menarik perhatian dan mempertahankan minat penonton, serta dampak emosional yang dihasilkan. Struktur awal dimulai dengan pengantar yang menampilkan suara false sebagai elemen gangguan yang berhasil memicu rasa penasaran penonton, selanjutnya pada bagian tengah terjadi perubahan ketika angga candra menampilkan suara merdu yang menciptakan keseimbangan baru dari kebingungan menuju kekaguman, dan pada bagian akhir penonton diberikan resolusi yang memuaskan ketika gangguan diubah menjadi kekaguman. Indikator popularitas seperti like, komentar, dan jumlah viewers berfungsi sebagai metrik utama atau ukuran untuk mengukur keberhasilan konten ini. Jumlah like pada video ini menunjukkan bahwa penonton mengapresiasi konten, sementara jumlah komentar yang didapatkan oleh Angga Candra mencerminkan penonton merasa terlibat untuk memberikan pandangan atau umpan balik. Jumlah viewers yang tinggi menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil mencapai audiens yang luas.

Kata Kunci - Analisis naratif, Konten Prank, Angga Candra, Suara False

I. PENDAHULUAN

Media sosial semakin berkembang setiap tahunnya mengikuti zaman. Perkembangan teknologi informasi yang pesat memudahkan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi di kehidupan sehari-hari. YouTube merupakan salah satu platform yang digunakan oleh sekitar 139 juta penduduk, setara dengan 50 persen dari total jumlah penduduk pada tahun 2022. Kehadiran YouTube mampu bersaing dengan berbagai platform lain seperti televisi sebagai media penyampaian informasi yang sering digunakan oleh masyarakat [1] Salah satunya YouTube yang menjadi wadah Masyarakat untuk berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk membagikan video secara gratis, serta menonton dan mengakses video dengan mudah. YouTube menawarkan berbagai jenis informasi melalui video yang bisa dilihat kapan saja dan di mana saja [2] Fitur-fitur seperti subscribe, like, dan comment memiliki berbagai fungsi, termasuk memudahkan pengguna mengikuti konten kreator yang mereka sukai. YouTube juga merupakan media penyebaran informasi melalui "gambar bergerak." Platform ini sering dimanfaatkan sebagai

media pembelajaran untuk meningkatkan keterampilan individu. Menurut survei yang dilakukan oleh We Are Social dan dilansir oleh katadata.co.id, pada tahun 2019 YouTube menjadi platform dengan jumlah pengguna terbanyak, mencapai 88% dari total 150 juta pengguna media sosial di Indonesia. Youtuber merupakan sebutan orang yang telah berkecimpung di dunia youtube serta seseorang yang membuat konten lalu dipublish di youtube. Beberapa tren dalam video pendek di YouTube menunjukkan adanya bentuk komunikasi khusus yang dilakukan melalui cara bercerita. YouTube juga disebut sebagai media, dan media itu sendiri adalah pesan.

Dalam penelitian milik [3] menyebutkan bahwa perspektif komunikasi konten yang disampaikan melalui cara bercerita dapat dijelaskan dengan teori paradigma naratif atau analisis naratif. Penggunaan cara berkomunikasi melalui konten video di YouTube terkait dengan kekuatan komunikasi bercerita yang dianggap memiliki dampak yang jelas pada para penontonnya. Masyarakat yang sudah terbiasa menggunakan teknologi informasi dapat menggunakan cara yang mudah untuk mengekspresikan dirinya di sosial media dengan cara pembuatan konten yang menarik agar dapat dinikmati oleh masyarakat. Sebagaimana besar masyarakat Indonesia menjadikan youtube sebagai salah satu ladang pencari nafkah dengan cara menjadi seorang youtuber[4] Youtuber merupakan seorang yang memiliki channel yang berisikan tentang video yang menarik semacam video review, vlog, tutorial, serta *prank* dan sebagainya. Namun seorang youtuber harus memiliki sebuah kreatifitas serta ciri khas tersendiri agar menarik seorang subscriber untuk menikmati hasil video yang telah dipertontonkan di youtube. Perkembangan potensi hasil ekonomi digital yang diperoleh oleh youtube memperoleh jumlah yang sangat tinggi bahkan youtube merupakan sarana alternatif pekerjaan ditengah Masyarakat. Youtuber harus berupaya untuk menghasilkan sebuah video yang diminati oleh masyarakat saat ini agar video dapat trending atau viral.

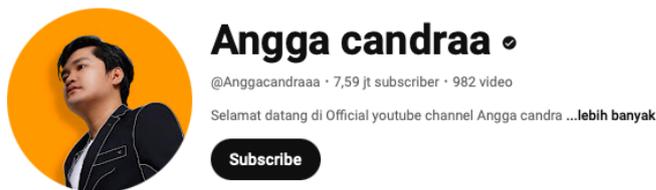
Trending atau viral merupakan sebuah istilah yang mempunyai arti bahwa video yang telah kita publikasikan di youtube telah dijangkau dan diketahui oleh masyarakat luas serta video tersebut disukai oleh masyarakat yang telah menonton video yang kita upload [5]. Salah satu konten atau video yang viral saat ini adalah konten yang berisikan tentang konten *prank* yang memiliki tujuan menghibur. Konten *prank* saat ini disukai oleh remaja. *Prank* memiliki arti sebuah kejadian yang memiliki unsur lucu yang mengundang target agar masuk terperangkap kedalam kejadian *prank* yang akan dilakukan oleh *content creator*[6]. Tetapi *prank* juga mengandung beberapa dampak yang terjadi ketika *prank* saat telah dilakukan yaitu dampak secara positif. *Prank* menjadikan sarana untuk kegiatan yang memiliki unsur menghibur, memberikan sebuah kejutan yang berupa apresiasi ketika seorang *content creator* telah menunjukkan aksinya seperti bernyanyi, menyamar, dan sebagainya. *Prank* juga memberikan dampak *negative* seperti bahaya melakukan kejadian yang memberikan efek kaget secara seketika dan dapat menimbulkan kematian [7].

Menurut [8], *Prank* secara umum didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan dengan niat mengusili atau mengerjai orang lain. Bentuknya bisa berupa lelucon, candaan, atau olok-olok. Inti dari *prank* adalah tindakan iseng yang dimaksudkan untuk menciptakan suasana humor. Meskipun demikian, *prank* sering kali melampaui batas kewajaran dan kepatutan. Dalam beberapa kasus, *prank* dapat berakhir dengan kecelakaan, tindakan kekerasan, atau bahkan kematian. Akibatnya, *prank* memperoleh citra negatif di mata orang. Secara lebih kompleks, *prank* dapat dilihat sebagai manifestasi dari kebutuhan manusia untuk mengeksplorasi batas-batas sosial dan psikologis melalui humor dan kejutan [9]. Namun, ketika praktek ini diterapkan tanpa pertimbangan etis atau empati, ia dapat berubah menjadi perilaku yang berbahaya dan merugikan. Penggunaan humor dalam *prank* bertujuan untuk membangun ikatan sosial melalui tawa, tetapi ketika niat iseng ini berlebihan, konsekuensinya bisa sangat serius, termasuk trauma psikologis atau fisik bagi korban. Fenomena ini mencerminkan dinamika kompleks antara kebebasan berekspresi, tanggung jawab sosial, dan dampak dari tindakan individu terhadap kesejahteraan orang lain. Dalam konteks ini, *prank* tidak hanya dilihat sebagai tindakan konyol, tetapi juga sebagai cerminan dari perilaku sosial yang memerlukan pengaturan dan kesadaran etis yang lebih besar [10]. Dampak positif dan negatif memberikan makna bahwa diperlukannya komunikasi terhadap target dan *content creator* dengan mempertimbangkan ide-ide yang menarik serta kreatif dalam pembuatan konten yang akan di publikasikan di youtube. Ide yang menarik akan menghasilkan konten *prank* yang viral di dunia maya, dan seketika subscriber *content creator* tersebut akan membuat konten *prank* yang sama. *Content Creator* merupakan pekerjaan yang muncul dengan perkembangan teknologi saat ini *Content Creator* juga yang memproduksi sebuah konten dengan menghasilkan karya karya terbaik mereka di sebuah platform digital [11].

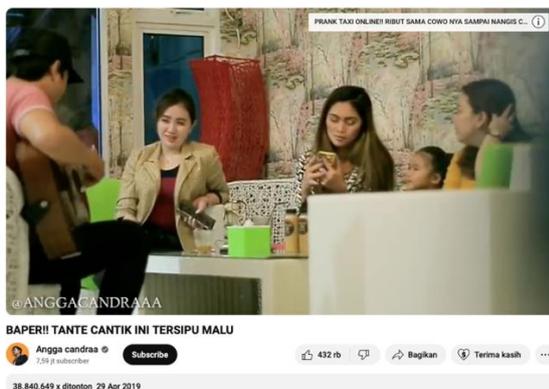
Sebuah konten yang akan diproduksi oleh *content creator* bertujuan dengan menaikkan citra branding, suatu tuntutan pekerjaan, serta menjadikan ciri khas tersendiri bagi *content creator*. Menjadi seorang *content creator* tidaklah mudah bagi orang yang belum pernah mengalaminya. Seorang *content creator* yang handal atau *professional* harus belajar mengenai bagaimana langkah untuk mengetahui algoritma sosial media, kemudian cara menginterpretasikan diri sebagai bahan atau gaya pengenalan kepada Masyarakat, membawakan sebuah konten

semenarik mungkin agar menciptakan *trend* di seluruh masyarakat. Salah satu *content creator* yaitu Angga Candra. Angga Candra seorang youtuber asal dari Bengkulu yang memulai perjalanannya dengan berprofesi sebagai pengamen jalanan, Angga Candra merupakan seorang penyanyi yang sempat bergabung dengan grup band Adipati bahkan pernah menjadi seorang pedagang es kelapa [12]. Angga candra memiliki konten yang berisi tentang *prank*, melalui konten tersebut Angga Candra dapat mengembangkan bakatnya sebagai seorang *content creator* yang dapat menghibur masyarakat, terutama konten *prank* suara *false* yang dilakukan oleh Angga Candra.

Prank suara *false* yang dimaksud di sini melibatkan seseorang yang menyanyikan lagu-lagu romantis dengan suara cempreng atau tidak sesuai nada, dengan tujuan untuk menarik perhatian penonton atau pendengarnya. Reaksi pendengar terhadap *prank* ini beragam, ada yang tersenyum, tertawa, atau bahkan meminta penyanyi untuk berhenti. Namun, situasi mulai berubah ketika Angga Candra mengubah suaranya dari *false* menjadi merdu, diiringi petikan gitar yang memperindah alunan nyanyiannya. Reaksi pendengar pun berubah drastis, mereka yang awalnya tidak nyaman menjadi terkesiap, ikut bernyanyi, dan suasana berubah total menjadi lebih hangat dan menikmati pertunjukan dari Angga Candra. Angga Candra memiliki 7,59 juta *subscriber* dengan konten *prank* suara *falsenya*. Angga berhasil menarik perhatian Masyarakat yang menonton videonya. Salah satu videonya mencapai *viewers* tertinggi dengan total 38 juta *viewers* dengan judul “Baper!! Tante cantik tersipu malu.” pada tahun 2019 dipilih karena mendapatkan *viewers* terbanyak 38 juta hingga sampai saat ini, Video *prank* suara *falsenya* bermula ketika Angga menghampiri seorang target yang sedang berbincang-bincang di sebuah kafe. Angga kemudian memperlihatkan suara *falsenya* kepada target, yang diminta memberikan nilai terhadap suara tersebut. Setelah menunjukkan suara *falsenya*, Angga meminta satu kali kesempatan untuk menampilkan suara merdunya. Target pun mengekspresikan keterkejutan yang tidak percaya dengan suara merdu yang ditampilkan oleh Angga.



Gambar 1.1 Channel Youtube dan jumlah *subscriber* Angga Candra



Gambar 1.2 Jumlah *viewers* video Angga Candra

Penelitian mengenai konten telah dilakukan oleh [13] tentang *prank* KDRT terhadap perilaku masyarakat di channel Youtube Baim Wong dengan menggunakan teori nilai harapan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak konten *prank* KDRT yang dirancang oleh Baim Wong dan Paula Verhoeven terhadap perilaku masyarakat. Salah satu channel YouTube, Lena Lenoy, serta tangkapan layar komentar pada video KDRT Baim dan Paula yang menyatakan bahwa video tersebut dinilai kurang menunjukkan empati, yang merupakan komponen penting dalam komunikasi dan semestinya menciptakan manfaat maupun nilai dasar bagi seorang *content creator* dalam pembuatan konten. Penelitian ini menemukan bahwa video *prank* laporan KDRT ke polisi oleh Baim dan Paula memberikan dampak yang tidak baik, menimbulkan ketidakpuasan dan kontroversi di masyarakat. Konten *prank* semacam ini memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih empatik agar para *influencer* menyadari pentingnya empati dalam komunikasi, serta mencegah krisis moral di kalangan remaja. Dengan demikian, remaja dapat lebih bijak dan memahami moralitas saat menciptakan konten sebagai media informasi bagi masyarakat. Penelitian lain

3
17

tentang konten dilakukan oleh. mengenai komunikasi empati dalam budaya prank di kalangan remaja dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini berfokus pada fenomena budaya prank di kalangan remaja saat ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja menjadi target utama bagi influencer yang ingin menarik pengikut dengan menonton konten prank yang bertujuan menghibur. Namun, persepsi remaja menganggap prank sebagai suatu kejadian yang keren, tetapi memiliki dampak besar pada korban prank dan menunjukkan bahwa empati masih jarang di kalangan remaja. Oleh karena itu, komunikasi empati diperlukan untuk mencegah penurunan moral di kalangan remaja

6
8

Penelitian lain mengenai persepsi netizen tentang konten *prank* Ferdian Paleka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa netizen merasa gelisah dengan sikap YouTuber tersebut. Ferdian Paleka ingin menaikkan followers dan meminta maaf, tetapi netizen beranggapan bahwa konteks yang dibuat sudah salah. Akibatnya, netizen memberikan komentar negatif di setiap postingan yang diunggah oleh Ferdian Paleka di media sosialnya. Persepsi netizen mulai timbul ketika Ferdian Paleka tidak bisa menggunakan media sosialnya dengan baik dan benar. Hal tersebut terbukti dari setiap postingan Ferdian Paleka yang mengandung komentar negatif. Netizen juga mengunggah di akun pribadi mereka bahwa seorang YouTuber harus mampu menghargai setiap pekerjaan yang dimilikinya serta membuat konten yang baik agar bisa dinikmati dan bermanfaat bagi semua orang. Penelitian lain yang menganalisis narasi berdasarkan teori Tzvetan Todorov pada film juga dibahas melalui tulisan berjudul *The Social Dilemma* yang ditulis oleh [14]. Berdasarkan analisis naratif tentang konsep diri juga terdapat dalam film *Imperfect: Karier, Cinta dan Timbangan* oleh [15]. Berdasarkan penelitian sebelumnya ini, dapat disimpulkan bahwa teks yang dianalisis bisa merujuk pada film, baik itu film pendek atau konten YouTube, serta teks verbal dalam novel.

19

Analisis naratif dengan fokus terhadap konten *prank* suara *false* di YouTube Angga Candra, dan menerapkan analisis naratif dari Tzvetan Todorov, masih jarang dibahas dalam penelitian sebelumnya. Teori Todorov yang digunakan dalam penelitian ini berfokus pada struktur dasar dari narasi dan bagaimana cerita-cerita berkembang melalui serangkaian tahap atau fase yang berulang [16]. Teori naratif Tzvetan Todorov, yang berfokus pada struktur dasar narasi, sangat relevan dalam menganalisis konten *prank* suara *false* di YouTube yang dibuat oleh Angga Candra [17]. Dalam konteks ini, teori Todorov menawarkan kerangka analisis yang memungkinkan kita untuk memahami bagaimana Angga Candra membangun narasi dalam videonya dari tahap awal keseimbangan, melalui gangguan yang ditimbulkan oleh suara *false*, hingga pencapaian keseimbangan baru saat suara merdu diperlihatkan. Proses ini tidak hanya menciptakan alur cerita yang menarik, tetapi juga mempengaruhi emosi dan reaksi penonton. Dengan menggunakan teori Todorov, kita dapat melihat bahwa konten *prank* Angga Candra tidak hanya sekadar hiburan, tetapi juga sebuah narasi yang terstruktur dengan baik, yang dirancang untuk membawa penonton melalui perjalanan emosional dari kebingungan atau ketidaknyamanan menuju kepuasan dan kekaguman [18]. Teori ini membantu menjelaskan mengapa konten Angga Candra berhasil menarik perhatian jutaan penonton dan bagaimana elemen-elemen naratif tersebut berkontribusi pada popularitas kontennya. Analisis ini juga memungkinkan kita untuk memahami bagaimana transisi dari gangguan (suara *false*) menuju keseimbangan baru (suara merdu) tidak hanya berfungsi sebagai elemen kejutan, tetapi juga sebagai elemen naratif yang memperkuat keterlibatan dan resonansi emosional penonton [19]. Penelitian ini mengintegrasikan teori Todorov dengan analisis konten untuk memahami bagaimana Angga Candra mengembangkan narasi dalam *prank* suara *false*nya, serta dampak narasi tersebut terhadap penonton. Peneliti ingin menunjukkan bagaimana teori ini dapat diaplikasikan untuk memahami narasi yang dibangun dalam konten *prank* Angga Candra. maka, penelitian ini secara khusus bertujuan untuk membahas *prank* suara *false* direpresentasikan dalam konten YouTube Angga Candra, dengan menggunakan analisis naratif dari Tzvetan Todorov.

Secara lebih kompleks, popularitas di YouTube dipengaruhi oleh indikator *like*, penonton, dan komentar karena mereka berfungsi sebagai metrik keterlibatan, jangkauan, dan interaksi. Dari perspektif komunikasi digital, algoritma platform, serta interaksi sosial dan psikologi audiens, indikator-indikator ini memberikan wawasan tentang bagaimana konten diterima dan dinilai oleh penonton. Algoritma YouTube menggunakan jumlah *like*, penonton, dan komentar sebagai indikator utama untuk menentukan video mana yang akan direkomendasikan kepada pengguna. Video dengan banyak *like* dan komentar menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi, sementara jumlah penonton yang besar menunjukkan bahwa video tersebut relevan dan populer. Algoritma ini bertujuan untuk menampilkan konten yang paling menarik dan bermanfaat bagi pengguna, sehingga meningkatkan durasi dan frekuensi penggunaan platform. Selain itu, *like*, penonton, dan komentar juga mempengaruhi fenomena sosial seperti bukti sosial dan viralitas. Bukti sosial menunjukkan bahwa orang cenderung mengikuti tindakan yang dilakukan oleh mayoritas, sehingga video dengan banyak *like* dan komentar lebih mungkin menarik perhatian penonton baru. Viralitas terjadi ketika video dibagikan secara luas oleh penonton, yang dipicu oleh tingginya jumlah *like*, penonton, dan komentar, menciptakan efek bola salju yang memperluas jangkauan video. Indikator-indikator ini juga mencerminkan tingkat keterlibatan dan loyalitas audiens. Video dengan banyak komentar menunjukkan

bahwa penonton merasa cukup terlibat untuk memberikan umpan balik atau berbagi pandangan mereka. Keterlibatan yang tinggi meningkatkan loyalitas penonton, yang lebih cenderung kembali untuk menonton video baru dan mendukung YouTuber melalui like dan komentar. Secara keseluruhan, popularitas like, penonton, dan komentar dari perspektif YouTuber dan ilmu komunikasi menggambarkan bagaimana interaksi dan keterlibatan audiens berkontribusi pada keberhasilan komunikasi digital. Melalui analisis ini, kita dapat memahami lebih dalam tentang dinamika hubungan antara pembuat konten dan penonton, serta bagaimana metrik ini mencerminkan efektivitas pesan yang disampaikan.

II. METODE

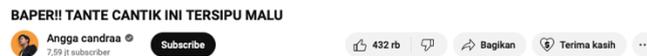
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis naratif. Fokus penelitian ini adalah konten YouTube yang dibuat oleh Angga Candra, khususnya pada video dengan tema *prank* suara *false*. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipan terhadap video dengan judul "Baper!! Tante cantik tersipu malu" yang diunggah pada channel YouTube Angga Candra. Teknik pengumpulan data juga mencakup studi dokumen, di mana teks narasi dalam video tersebut dianalisis secara mendalam. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori naratif Tzvetan Todorov, yang mengeksplorasi struktur cerita dari keadaan keseimbangan, gangguan, hingga kembali ke keseimbangan baru. Proses analisis melibatkan pengidentifikasian urutan peristiwa, pola naratif, dan bagaimana struktur narasi tersebut memengaruhi audiens. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana konten "prank suara false" direpresentasikan dan diterima oleh penonton.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Angga Candra adalah salah satu content creator yang dikenal luas di Indonesia. Lahir pada tanggal 30 Desember 1990 di Lampung, Angga Candra adalah seorang YouTuber yang memulai karirnya sebagai pengamen jalanan. Ia kemudian merambah ke platform YouTube pada tahun 2017, memanfaatkan kemampuannya dalam musik dan hiburan untuk menarik perhatian banyak orang. Asal Bengkulu, Angga Candra awalnya berprofesi sebagai pengamen jalanan. Ia juga sempat bergabung dengan grup band Adipati dan pernah menjadi seorang pedagang es kelapa. Perjalanan karirnya yang penuh liku tersebut membentuk karakter dan bakatnya sebagai seorang penyanyi yang mampu menghibur berbagai kalangan. Angga Candra terkenal dengan konten-kontennya yang kreatif dan menghibur, terutama konten *prank*. Salah satu konten *prank* yang paling populer adalah *prank* suara *false*, di mana ia berpura-pura menyanyi dengan suara buruk di tempat umum, lalu tiba-tiba menunjukkan kemampuan vokalnya yang sebenarnya, membuat orang-orang di sekitarnya terkejut dan kagum. Melalui konten-konten tersebut, Angga berhasil mengembangkan bakatnya sebagai seorang content creator yang mampu menghibur masyarakat luas. Popularitas Angga Candra sebagai YouTuber meroket setelah ia mulai mengunggah video-video *prank* dan cover lagu yang unik dan menghibur. Kemampuan vokalnya yang luar biasa, dikombinasikan dengan konsep-konsep kreatif dalam videonya, membuatnya cepat dikenal dan dicintai oleh banyak orang. Video-video tersebut sering kali menjadi viral, membawa Angga ke puncak popularitas sebagai salah satu YouTuber terkemuka di Indonesia. Saat ini, Angga Candra memiliki 7,59 juta subscriber di kanal YouTube-nya, sebuah pencapaian yang menunjukkan betapa besar dukungan dan apresiasi dari para penggemarnya.

Seiring dengan popularitasnya yang terus meningkat, Angga Candra juga mulai berkolaborasi dengan berbagai musisi dan content creator lainnya. Ia sering mengadakan kolaborasi yang tidak hanya memperluas jangkauan audiensnya, tetapi juga memberikan variasi konten yang lebih kaya bagi para pengikutnya. Beberapa kolaborasi tersebut melibatkan penyanyi terkenal, musisi indie, dan bahkan selebriti dari berbagai bidang. Di balik kesuksesannya di dunia YouTube, Angga Candra dikenal sebagai pribadi yang tidak sombong dan menciptakan konten yang menarik untuk para penggemarnya. Ia sering berbagi cerita inspiratif tentang perjalanan kariernya, tantangan yang dihadapinya, serta pelajaran berharga yang ia petik selama berkecimpung di industri kreatif. Hal ini membuatnya tidak hanya dicintai sebagai seorang entertainer, tetapi juga sebagai sosok inspiratif bagi banyak orang. Selain fokus pada konten musik dan hiburan, Angga Candra juga mulai merambah ke bidang lain seperti podcast dan vlog. Melalui platform-platform ini, ia berbagi lebih banyak aspek dari kehidupannya, memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang siapa dirinya di balik layar. Konten-konten ini juga memberikan kesempatan bagi para penggemarnya untuk lebih mengenal Angga secara pribadi, memperkuat hubungan antara dirinya dan audiensnya. Dengan dedikasi dan kreativitas yang terus ia kembangkan, Angga Candra berhasil membangun sebuah brand personal yang kuat di dunia digital [20]. Angga tidak hanya menjadi salah satu YouTuber terkemuka di Indonesia, tetapi juga seorang pionir dalam menggabungkan musik dan konten hiburan dengan cara yang inovatif dan menghibur.

Dalam dunia media sosial yang maju, popularitas sebuah konten sering kali ditentukan oleh berbagai metrik yang menunjukkan sejauh mana konten tersebut diterima, diakui, dan direspon oleh audiens. Di platform seperti YouTube, metrik utama yang digunakan untuk mengukur popularitas adalah jumlah like, penonton (viewers), dan komentar (comments). Indikator-indikator ini bukan hanya sekadar angka, tetapi juga mencerminkan tingkat keterlibatan audiens dan berpengaruh langsung pada kesuksesan serta pendapatan para YouTuber. Popularitas merujuk pada tingkat penerimaan, pengakuan, dan keterlibatan yang diperoleh suatu konten atau individu di mata publik. Di YouTube, popularitas diukur melalui beberapa metrik kunci seperti like, penonton, dan komentar. Semakin tinggi angka pada metrik-metrik ini, semakin populer video atau channel tersebut. *Like* merupakan indikator langsung dari seberapa banyak penonton yang menyukai konten yang disajikan. Dari perspektif YouTuber, jumlah *like* yang tinggi menandakan bahwa konten mereka diterima dengan baik dan diapresiasi oleh audiens. Like juga berfungsi sebagai sinyal positif untuk algoritma YouTube, yang dapat meningkatkan visibilitas video di rekomendasi dan hasil pencarian. Semakin banyak like yang diperoleh, semakin besar kemungkinan video tersebut menjangkau audiens yang lebih luas. Pada video yang berjudul “Baper!! Tante cantik tersipu malu” yang diunggah pada tahun 2019 tersebut telah mencapai 432 ribu. Hal ini menunjukkan bahwa video tersebut mendapat apresiasi yang sangat tinggi dari penonton, jumlah like yang tinggi ini merupakan indikator kuat yang membuktikan bahwa konten yang unggah disukai dan relevan bagi audiens. Hal ini tidak hanya menunjukkan penerimaan positif secara langsung, tetapi juga berfungsi sebagai sinyal penting untuk algoritma YouTube. Algoritma YouTube cenderung mempromosikan video dengan tingkat ketertarikan audiens yang tinggi, termasuk jumlah *like*, dalam rekomendasi video dan hasil pencarian. Sehingga semakin banyak like yang diterima, semakin besar kemungkinan video tersebut akan dilihat oleh lebih banyak orang, memperluas jangkauan audiens.



Gambar 1.3 Jumlah likes video Angga Candra

Dalam perspektif ilmu komunikasi, jumlah like pada video seperti “Baper!! Tante cantik tersipu malu” dapat dianalisis sebagai indikator komunikasi yang efektif antara pembuat konten dan audiens. Like merupakan bentuk umpan balik langsung yang menunjukkan bahwa pesan dalam video tersebut resonan dengan audiens. Dalam teori komunikasi, ini berarti bahwa pesan yang disampaikan berhasil memenuhi ekspektasi, minat, atau kebutuhan audiens. Like juga berfungsi sebagai validasi sosial, yang memperkuat reputasi dan kredibilitas pembuat konten [3]. Audiens yang melihat banyak like mungkin merasa lebih terhubung dengan konten tersebut karena dianggap populer.

Selanjutnya, jumlah penonton adalah metrik utama yang menunjukkan seberapa banyak orang yang telah menonton video. Dari sudut pandang monetisasi, jumlah penonton sangat penting karena pendapatan dari iklan di YouTube sebagian besar bergantung pada jumlah tayangan. Selain itu, banyaknya penonton juga dapat menarik sponsor dan kolaborasi dengan brand, yang melihat popularitas YouTuber sebagai peluang untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Semakin banyak penonton, semakin besar potensi pendapatan dan peluang kolaborasi bagi YouTuber. Angga Candra sebagai youtuber pada saat video dengan judul Baper! Tante Cantik tersipu malu, mendapatkan 38 juta penonton (viewers).

Kemudian, komentar memberikan wawasan tentang reaksi penonton terhadap video. Interaksi melalui komentar menciptakan dialog antara YouTuber dan audiens, membangun komunitas yang lebih kuat dan setia. Komentar juga membantu YouTuber memahami preferensi penonton dan mendapatkan masukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas konten. Lebih dari itu, tingkat keterlibatan yang tinggi, termasuk banyaknya komentar, memperkuat sinyal positif kepada algoritma YouTube, yang dapat meningkatkan peringkat video dalam pencarian dan rekomendasi. Angga Candra memiliki video dengan judul Baper! Tante Cantik tersipu malu, yang telah mendapatkan 31 ribu komentar termasuk komentar baik dan buruk. Salah satu komentar baik yaitu “5 tahun lalu masih enak ditonton sampai sekarang”, Serta komentar buruk “Masih hebat bang trisuaka”

Algoritma YouTube memperhitungkan interaksi pengguna, termasuk jumlah dan kualitas komentar, untuk menentukan peringkat video dalam hasil pencarian dan rekomendasi. Semakin banyak interaksi yang diterima sebuah video, semakin besar kemungkinan video tersebut akan ditampilkan kepada audiens yang lebih luas. Hal ini terjadi karena algoritma YouTube menganggap bahwa video dengan banyak interaksi lebih menarik dan relevan bagi penonton. Komentar juga berfungsi sebagai bentuk feedback dari penonton. Komentar positif dapat meningkatkan reputasi dan kredibilitas seorang YouTuber seperti Angga Candra, sementara komentar negatif dapat memberikan umpan balik yang berharga untuk perbaikan konten di masa mendatang. Selain itu, komentar yang aktif dan bermakna sering kali menciptakan komunitas yang lebih erat antara YouTuber dan penontonya, yang pada

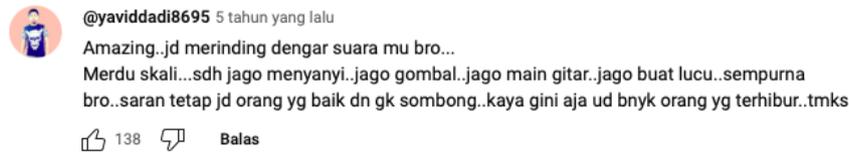
gilirannya dapat meningkatkan loyalitas penonton dan frekuensi mereka kembali untuk menonton video baru. Komentar juga dapat dijadikan sebagai narasumber yang valid untuk beberapa alasan. Pertama, komentar sering kali mencerminkan pandangan dan opini penonton secara langsung dan jujur. Berbeda dengan survei yang mungkin dibatasi oleh pertanyaan-pertanyaan tertentu, komentar memberikan kebebasan bagi penonton untuk mengekspresikan pendapat mereka secara bebas dan spontan. Hal ini membuat komentar menjadi sumber data yang kaya dan beragam.

Kedua, komentar sering kali mengandung informasi yang spesifik dan relevan. Penonton dapat memberikan saran, kritik, atau bahkan informasi tambahan yang mungkin tidak disebutkan dalam video. Sebagai contoh, dalam video tutorial, penonton mungkin berbagi pengalaman pribadi mereka, memberikan tips tambahan, atau mengoreksi kesalahan yang dibuat oleh YouTuber. Informasi ini tidak hanya bermanfaat bagi Angga Candra untuk meningkatkan kontennya, tetapi juga bagi penonton lain yang membaca komentar tersebut. Meskipun komentar dari pengikut dapat menjadi sumber wawasan yang sangat berharga, ada beberapa tantangan signifikan yang harus dihadapi dalam mengelolanya. Salah satu tantangan utama adalah volume komentar yang sangat besar, terutama pada channel dengan banyak pengikut. Ketika ribuan komentar masuk, proses pengelolaan dan analisis bisa menjadi sangat melelahkan dan memakan waktu. Untuk mengatasi hal ini, Angga Candra bisa memanfaatkan alat analitik canggih yang dirancang untuk mengelompokkan dan memprioritaskan komentar berdasarkan berbagai kriteria seperti popularitas, relevansi, atau sentimen. [21] Selain itu, mempekerjakan tim khusus yang berkompeten dalam manajemen komentar juga bisa menjadi solusi efektif untuk memastikan bahwa semua masukan diproses secara efisien dan tepat waktu. Tantangan lain yang sering dihadapi adalah validitas informasi dalam komentar. Tidak semua komentar yang diterima akan memberikan masukan yang bermanfaat atau akurat. Ada kemungkinan munculnya informasi yang keliru atau bahkan menyesatkan. Oleh karena itu, Angga Candra harus memiliki kemampuan analisis kritis untuk menyaring komentar yang bernilai dari yang tidak. Penggunaan metode verifikasi yang ketat, seperti membandingkan informasi dari komentar dengan sumber lain yang kredibel, juga menjadi penting sebelum mengambil keputusan berdasarkan masukan tersebut.

Beberapa YouTuber terkenal telah berhasil menggunakan komentar sebagai narasumber yang valid dan meningkatkan popularitas mereka. Angga Candra sendiri sering kali membaca komentar dari penonton dan menggunakannya sebagai bahan dalam video reaksinya. Hal ini tidak hanya membuat kontennya lebih relevan dan menarik, tetapi juga memperkuat hubungan dengan audiensnya. Sebagai contoh, dalam beberapa videonya, Angga Candra sering kali meminta penonton untuk meninggalkan komentar tentang lagu apa yang sebaiknya dia cover selanjutnya. Dengan mengikuti saran dari komentar, Angga tidak hanya membuat kontennya lebih menarik bagi penontonnya, tetapi juga menunjukkan bahwa dia mendengarkan dan menghargai masukan mereka. Angga juga sering kali mengadakan sesi live streaming di mana dia membaca dan merespons komentar secara langsung. Hal ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi penonton untuk berinteraksi secara real-time dengan Angga, tetapi juga menciptakan ikatan yang lebih kuat antara Angga dan komunitasnya. Live streaming ini juga meningkatkan jumlah interaksi pada channelnya, yang pada akhirnya meningkatkan visibilitas dan popularitasnya di platform YouTube. Memanfaatkan komentar sebagai sumber informasi dan interaksi tidak hanya memberikan keuntungan jangka pendek dalam bentuk peningkatan popularitas video, tetapi juga manfaat jangka panjang. Pertama, dengan terus-menerus merespons dan berinteraksi dengan penonton, Angga Candra dapat membangun basis penggemar yang setia dan terlibat. Penggemar yang merasa dihargai dan didengarkan lebih cenderung untuk terus mendukung Angga dan berbagi kontennya dengan orang lain, yang dapat membantu dalam pertumbuhan organik channelnya. Komentar dapat memberikan wawasan yang berharga mengenai tren dan preferensi audiens. Angga Candra mengetahui apa yang diminati dan tidak diminati oleh penontonnya, Angga dapat menyesuaikan strateginya untuk tetap relevan dan menarik di tengah perubahan selera audiens. Ini memungkinkan Angga untuk tetap kompetitif dan terus berkembang dalam industri yang sangat dinamis seperti YouTube.

Dalam analisis ini, komentar-komentar dari penonton dapat membantu untuk memahami bagaimana video ini mempengaruhi mereka dan bagaimana mereka menerimanya [22]. Analisis ini tidak hanya melihat tanggapan penonton secara dangkal, tetapi juga mengeksplorasi makna yang lebih dalam dari komentar - komentar tersebut untuk mengungkap elemen-elemen yang membuat konten Angga begitu menarik dan berkesan. Penjelasan detail dan kompleks dari setiap komentar yang dijadikan sebagai narasumber dan bukti dalam analisis naratif yaitu terdapat pada komentar pertama milik akun Youtube @yaviddadi8695 yang berbunyi "Amazing..jd merinding dengar suara mu bro... Merdu skali...sdh jago menyanyi..jago gombal..jago main gitar..jago buat lucu..sempurna bro..saran tetap jd orang yg baik dn gk sombong..kaya gini aja ud bnyk orang yg terhibur..tmks" Komentar ini menunjukkan apresiasi yang mendalam dari penonton terhadap berbagai keterampilan yang dimiliki oleh Angga Candra. Pengguna menyoroti kemampuan menyanyi, menggombal, bermain gitar, dan membuat humor yang

semuanya dianggap sempurna. Ungkapan "Amazing..jd merinding dengar suara mu bro..." menunjukkan bahwa penonton sangat terkesan dengan kualitas suara Angga. Saran untuk tetap menjadi orang yang baik dan tidak sombong mencerminkan kekhawatiran penonton bahwa popularitas mungkin mengubah sifat dasar Angga yang baik. Komentar ini juga mencerminkan dampak positif dari video Angga, dengan banyak orang merasa terhibur olehnya. Hal ini menunjukkan bahwa Angga telah berhasil menyentuh emosi penonton melalui berbagai aspek penampilannya.



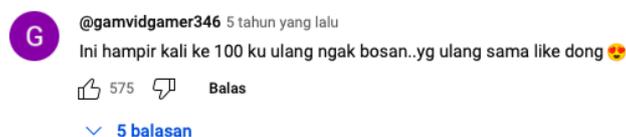
Gambar 2.1 : Komentar dari masyarakat pemilik akun @yaviddadi8695

Kemudian komentar kedua milik @sriyayuk8975 yang mengatakan "Aku selalu mengikuti lo kak kk ni gokil banget kdang aku senyum sendiri waw amazing." Komentar ini mencerminkan kesetiaan dan kegembiraan penonton dalam mengikuti konten Angga Candra. Frasa "Aku selalu mengikuti lo kak" menandakan bahwa penonton ini adalah pengikut setia, menunjukkan keterlibatan jangka panjang dengan konten Angga. Ucapan "kk ni gokil banget kdang aku senyum sendiri" menunjukkan bahwa konten Angga sering kali membuat penonton tersenyum atau tertawa sendiri, yang menandakan keberhasilan Angga dalam menghibur dan menciptakan konten yang menyenangkan. Kata "waw amazing" menggarisbawahi kekaguman penonton terhadap kreativitas dan kualitas video yang dihasilkan oleh Angga, menunjukkan bahwa Angga mampu mempertahankan dan memupuk hubungan positif dengan penontonya.



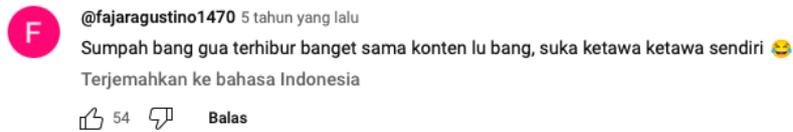
Gambar 2.2 : Komentar dari masyarakat pemilik akun @sriyayuk8975

Terdapat Komentar lain yang dicuitkan oleh akun Youtube bernama @gamvidgamer346 ia mengatakan "Ini hampir kali ke 100 ku ulang ngak bosan..yg ulang sama like dong." Komentar ini menyoroti daya tarik dan ketertarikan penonton terhadap video tersebut. Pernyataan "Ini hampir kali ke 100 ku ulang ngak bosan" menunjukkan bahwa penonton telah menonton video tersebut berkali-kali tanpa merasa bosan, yang menandakan bahwa konten Angga memiliki unsur replayability yang tinggi. Ajakan "yg ulang sama like dong" adalah upaya untuk mengumpulkan dukungan dan menunjukkan bahwa penonton lain juga menikmati video tersebut berulang kali. Ini mencerminkan kekuatan konten Angga dalam mempertahankan perhatian dan minat penonton, serta menunjukkan bahwa videonya memiliki kualitas yang membuat penonton ingin kembali menontonnya berkali-kali.



Gambar 2.3 : Komentar dari masyarakat pemilik akun @gamvidgamer346

Kemudian komentar milik @fajaragustino1470 juga berkomentar tentang video tersebut yaitu berbunyi "Sumpah bang gua terhibur banget sama konten lu bang, suka ketawa ketawa sendiri." Komentar ini menekankan aspek hiburan dari konten Angga Candra. Frasa "Sumpah bang gua terhibur banget" menunjukkan bahwa penonton sangat terhibur oleh video tersebut. Ungkapan "suka ketawa ketawa sendiri" menandakan bahwa humor dalam video Angga mampu membuat penonton tertawa terbahak-bahak meskipun menontonnya sendirian. Ini menunjukkan keberhasilan Angga dalam menciptakan konten yang lucu dan menghibur, serta menunjukkan bagaimana video tersebut mampu mengangkat suasana hati penonton. Komentar ini juga mencerminkan bahwa Angga memiliki kemampuan untuk menciptakan konten yang dapat memicu reaksi emosional positif dari penontonya.



Gambar 2.4 : Komentar dari masyarakat pemilik akun @fajaragustino1470

Selanjutnya terdapat komentar lain milik @youtoubat7288 yang mengatakan "Siapa yg masih kangen video ini, prank paling berkesan di chanel angga candra. Yyyeeeeeayyy coment pertama di bulan januari tahun 2022" Komentar ini menggarisbawahi dampak jangka panjang dan kenangan yang tercipta dari video Angga Candra. Pernyataan "Siapa yg masih kangen video ini" menunjukkan bahwa video tersebut meninggalkan kesan yang mendalam dan diingat oleh penonton bahkan setelah waktu yang lama. Ungkapan "prank paling berkesan di chanel angga candra" menandakan bahwa video ini dianggap sebagai salah satu yang terbaik atau paling mengesankan dari semua video prank yang ada di channel Angga. Ucapan "coment pertama di bulan januari tahun 2022" menunjukkan kebanggaan penonton menjadi yang pertama memberikan komentar pada waktu tertentu, yang mencerminkan komunitas aktif dan interaktif di sekitar konten Angga Candra. Ini juga menunjukkan bahwa video tersebut memiliki daya tarik yang bertahan lama dan mampu menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan penontonya.



Gambar 2.5 : Komentar dari masyarakat pemilik akun @youtoubat7288

Dari kelima komentar ini adalah bukti konten video Angga Candra berhasil menghibur, mengesankan, dan menciptakan hubungan yang kuat dengan penontonya. Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa Angga memiliki kemampuan untuk membuat konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga berkesan bagi penontonya. Aspek-aspek yang disoroti termasuk kemampuan musikal, humor, dan dampak emosional dari videonya. Semua ini menjadi bukti nyata dari keberhasilan Angga dalam menciptakan konten yang dapat diterima dan dinikmati oleh berbagai kalangan penonton. Analisis ini menunjukkan bagaimana elemen-elemen tertentu dalam konten Angga mampu menciptakan pengalaman yang mendalam dan memuaskan bagi audiensnya, serta bagaimana interaksi dengan penonton memperkuat dampak konten tersebut.

Video "Baper!! Tante Cantik Tersipu Malu" oleh Angga Candra adalah konten terpopuler di YouTube, dengan total viewers mencapai 38 juta. Video ini tidak hanya menghibur, tetapi juga menunjukkan keahlian Angga dalam menggabungkan humor dengan musikalitasnya. Memilih video ini untuk analisis naratif memberikan wawasan tentang mengapa konten ini begitu berhasil dan bagaimana struktur ceritanya memengaruhi penonton. Menggunakan model naratif Tzvetan Todorov, kita dapat mengeksplorasi bagaimana video ini mengikuti alur yang mencakup awal, tengah, dan akhir cerita, serta bagaimana masing-masing bagian berkontribusi pada keseluruhan naratif yang menarik dan menghibur. Menurut Todorov, narasi dalam karya sastra atau media memiliki struktur yang konsisten, terdiri dari lima tahap utama: keseimbangan (*equilibrium*), gangguan (*disruption*), pengakuan atas gangguan (*recognition of disruption*), upaya memperbaiki gangguan (*attempt to repair disruption*), dan keseimbangan baru (*new equilibrium*). Video "Baper!! Tante Cantik Tersipu Malu" ini dipilih karena merupakan salah satu video paling sukses dari Angga Candra. Popularitasnya yang luar biasa, dengan 38 juta viewers, menunjukkan bahwa video ini memiliki unsur unik. Video ini berhasil mencampurkan elemen kejutan dan keterampilan musik, menciptakan konten yang unik dan menarik. Keberhasilan video ini juga mencerminkan strategi Angga dalam menciptakan momen yang tak terduga dan menghibur, yang sangat efektif dalam menarik perhatian dan mempertahankan minat penonton.

Alur Awal (*Equilibrium*)

Pada tahap ini, situasi keseimbangan diperkenalkan. Video ini dimulai dengan Angga Candra yang mendekati tiga wanita yang sedang duduk bersama seorang anak kecil di sebuah kafe. Angga mengaku bahwa ia akan mengikuti audisi Indonesian Idol dan meminta izin untuk bernyanyi di depan mereka. Ketiga wanita tersebut mempersilahkan Angga untuk bernyanyi, menunjukkan situasi normal dan keseimbangan awal. Pada sekuen 2 (menit 1:15), Angga mulai bernyanyi, yang menetapkan konteks dan menciptakan harapan tertentu pada penonton. Para wanita tersebut menyetujuinya, menciptakan suasana normal dan harmonis sebagai keseimbangan awal.



Gambar 3.1 Sekuen 1



Gambar 3.2 Sekuen 2

Alur Tengah (*Disruption dan Recognition of Disruption*)

Alur tengah menunjukkan sekuen utama yaitu tindak - tanduk para tokoh dan menggambarkan keseimbangan yang mulai rusak. Angga mulai bernyanyi, tetapi dengan suara fals yang disengaja. Ini menandai awal dari gangguan (*disruption*) dalam cerita. Konflik dimulai ketika Angga bernyanyi sambil memainkan gitar dengan suara fals dan tidak enak didengar, menyebabkan ketiga wanita tersebut merasa terganggu dan terlihat tidak nyaman (terlihat pada sekuen 3 menit ke 1:52). Angga kemudian menanyakan "Pada kenapa ya?" karena melihat wajah ketiga wanita yang tidak enak dan terganggu. Salah satu wanita tersebut bahkan meminta "Suaranya bisa dibagusin lagi nggak, Mas?" (terlihat pada sekuen 4 menit ke 2:37). Ini adalah gangguan yang menandai bahwa cerita sudah lepas dari situasi awal. Menurut Todorov, gangguan mulai muncul pada struktur tengah cerita. Dalam hal ini, alur tengah prank Angga Candra sangat jelas menggambarkan keseimbangan yang telah rusak dengan munculnya gangguan dari suara fals Angga.



Gambar 3.3 Sekuen 3



Gambar 3.4 Sekuen 4



Gambar 3.5 Sekuen 5

Alur Akhir (*Attempt to Repair Disruption & New Equilibrium*)

Pada tahap ini, cerita mencapai puncaknya dan kembali ke keseimbangan baru. Setelah permintaan untuk memperbaiki suaranya, Angga melanjutkan bernyanyi dengan suara aslinya yang sangat bagus. Pada sekuen 5 (menit ke 3:11), ketiga wanita tersebut terlihat kagum dan mulai merekam dengan ponsel mereka, menunjukkan apresiasi mereka. Konflik terselesaikan dan keseimbangan dipulihkan ketika ketiga wanita memberikan tepuk tangan karena terkagum-kagum dengan suara Angga. Setelah diminta untuk memperbaiki suaranya, Angga mulai bernyanyi dengan suara aslinya yang bagus pada menit 3:11. Ini adalah upaya untuk memperbaiki gangguan yang terjadi. Ketiga wanita terlihat kagum dan mulai merekam dengan ponsel mereka, menunjukkan apresiasi mereka terhadap suara Angga. Video diakhiri dengan perkenalan antara Angga dan ketiga wanita tersebut (sekuen 7 menit ke 4:22), serta Angga mengajak mereka bernyanyi bersama (sekuen 8 menit ke 5:10), menciptakan kesimpulan yang memuaskan dan harmonis. Pada menit 4:22, Angga memperkenalkan diri dan mulai bercakap-cakap dengan mereka, menandakan bahwa konflik telah terselesaikan dan keseimbangan baru tercapai. Pada menit 5:10, Angga mengajak mereka bernyanyi bersama, menciptakan akhir cerita yang harmonis dan memuaskan. Dengan menggunakan model alur cerita Tzvetan Todorov, dapat disimpulkan bahwa video prank Angga Candra ini mengikuti struktur naratif yang dimulai dengan keseimbangan, diikuti dengan gangguan, dan diakhiri dengan upaya mengembalikan keseimbangan. Pendekatan ini sangat efektif dalam menarik perhatian penonton, menciptakan ketegangan, dan memberikan resolusi yang memuaskan. Keberhasilan video ini tidak hanya terletak pada elemen kejutan dan humor, tetapi juga pada kemampuan Angga untuk menciptakan narasi yang menarik dan menghibur, yang pada akhirnya meningkatkan popularitasnya di platform YouTube.

Angga Candra adalah salah satu kreator konten populer di YouTube Indonesia yang dikenal dengan video-video prank dan musikalnya yang kreatif. Salah satu videonya yang berjudul "Baper!! Tante Cantik Tersipu Malu" telah menarik banyak perhatian dari penonton, menghasilkan berbagai komentar yang mencerminkan dampak dan penerimaan konten tersebut. Hubungan antara komentar masyarakat dengan popularitas seorang YouTuber, seperti Angga Candra, adalah topik yang menarik dan relevan dalam era digital saat ini. Komentar di platform seperti YouTube memainkan peran penting dalam menentukan popularitas konten dan memberikan feedback yang berharga [22]. Selain itu, komentar dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang valid, yang dapat diimplementasikan secara efektif oleh YouTuber. Dari pembahasan ini dapat diketahui tentang bagaimana komentar masyarakat mempengaruhi popularitas Angga Candra, serta strategi yang digunakan untuk memanfaatkan komentar tersebut sebagai bagian integral dari kesuksesannya. Hubungan dari adanya komentar masyarakat dengan popularitas yang dimiliki oleh Angga Candra pada saat ini yaitu komentar di YouTube memainkan peran penting dalam menentukan popularitas sebuah video, termasuk video yang diproduksi oleh Angga Candra.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan analisis naratif konten prank suara false di YouTube Angga Candra dengan menggunakan teori Tzvetan Todorov, dapat disimpulkan bahwa struktur naratif yang kuat memainkan peran penting dalam menarik perhatian dan keterlibatan penonton. Alur cerita dimulai dengan pengantar (awal) yang menampilkan suara false sebagai elemen gangguan, yang berhasil memicu rasa penasaran penonton. Selanjutnya, di bagian tengah, terjadi perubahan di mana Angga Candra menampilkan suara merdu yang menciptakan keseimbangan baru dan membawa penonton melalui pengalaman emosional yang kompleks, dari kebingungan menuju kekaguman. Pada bagian akhir, penonton diberikan resolusi yang memuaskan ketika gangguan diubah menjadi harmoni, memberikan penonton perasaan senang dan puas. Indikator popularitas seperti *like*, komentar, dan jumlah *viewers* berfungsi sebagai metrik utama atau ukuran untuk mengukur keberhasilan konten ini. Jumlah *like* pada video ini menunjukkan bahwa penonton mengapresiasi konten, sementara jumlah komentar yang didapatkan oleh Angga Candra mencerminkan penonton merasa terlibat untuk memberikan pandangan atau umpan balik. Jumlah *viewers* yang tinggi menunjukkan bahwa konten tersebut berhasil mencapai audiens yang luas. Video dengan banyak *like*, komentar, dan *viewers* lebih cenderung viral, meningkatkan visibilitas dan jangkauan konten. Dengan demikian, Angga Candra berhasil memanfaatkan indikator – indikator naratif dan metrik utama ini untuk menciptakan konten yang menarik dan berdampak, yang tidak hanya menghibur tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan penontonnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat-Nya saya bisa menyelesaikan artikel ilmiah ini. Saya menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung serta berpartisipasi dalam penulisan ini. Terima kasih kepada pihak Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan platform penerbitan jurnal sehingga memudahkan mahasiswa untuk publikasi. Dukungan dari kedua orang tua saya, teman, dosen, serta rekan peneliti yang telah memudahkan saya demi tercapainya publikasi jurnal ini. Semoga dengan usaha serta kerja keras ini mendapatkan ridho dan berkah dari Allah SWT.

REFERENSI

- [1] R. D. Pambudi, "PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19," *J. Ilm. Pendidik. Ekon.*, vol. 06, no.2, 2021.
- [2] S. A. Cecariyani and G. G. Sukendro, "Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana)," *Prologia*, vol. 2, no. 2, p. 495, 2019, doi: 10.24912/pr.v2i2.3735.
- [3] A. Vira and E. Reynata, "Penerapan youtube sebagai media baru dalam komunikasi massa," *Komunikologi J. Ilm. Ilmu Komun.*, vol. 19, no. 2, pp. 96–101, 2022, [Online]. Available: <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/514/254>
- [4] A. Pujiono, "Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z," *Didache J. Christ. Educ.*, vol. 2, no. 1, p. 1, 2021, doi: 10.46445/djce.v2i1.396.
- [5] M. A. A. Utomo, "ANALISIS KUALITAS KONTEN YOUTUBE BERDASARKAN KOLOM KOMENTAR DARI CHANNEL YOUTUBE BAIM PAULA," *J. Penelit. Komun.*, vol. 3, 2021.
- [6] D. Dominggus, "Fenomema Prank dan Pengaruhnya Terhadap Spiritualitas Generasi Milenial," *KAMBOTI J. Sos. dan Hum.*, vol. 2, no. 2, pp. 116–123, 2022, doi: 10.51135/kambotivol2iss2pp116-123.
- [7] R. Winangsih and R. Mulyasih, "Komunikasi Empati Dalam Budaya Prank Di Kalangan Remaja," *J. Sci. Commun.*, vol. 3, no. 2, pp. 97–104, 2021.
- [8] F. Isnawan, "Konten Prank Sebagai Krisis Moral Remaja Di Era Milenial Dalam Pandangan Psikologi Hukum Dan Hukum Islam," *J. Surya Kencana Satu Din. Masal. Huk. Dan Keadilan*, vol. 12, pp. 59–74, 2021.
- [9] S. Rantona and R. Kurniawan, "Persepsi Netizen Media Sosial Instagram Dalam Konten Prank Ferdian Paleka," *J. Komun. Masy. dan Keamanan*, vol. 2, 2020.
- [10] S. Poto Elu, "STIGMA SOSIAL DALAM FILM TILIK (Analisis Tiga Tataran Semiotika Tzvetan Todorov)," *J. Oratio Directa*, vol. 5, no. 2, pp. 1043–1057, 2024.
- [11] Y. Kusuma and H. R. Prabayanti, "Content Creator Yang Berkarakter Berdasarkan Analisis Video Youtube Ningsih Tinampi," *WACANA J. Ilm. Ilmu Komun.*, vol. 21, no. 2, pp. 210–225, 2022, doi: 10.32509/wacana.v21i2.2111.
- [12] E. Y. Nurjaman, "Komunikasi Visual : Representasi Norma Kesopanan Perempuan Indonesia," *Al-Wardah*, vol. 13, no. 2, p. 201, 2020, doi: 10.46339/al-wardah.v13i2.213.
- [13] A. F. Amrullah, T. P. G. Saputri, A. Z. A. Ardiva, and Sabri, "Analisis Konten Prank KDRT pada Channel YouTube Baim Wong terhadap Perilaku Masyarakat," *JIKA (Jurnal Ilmu Komun. Andalan)*, vol. 5, no. 2, pp. 149–158, 2022.
- [14] W. M. Adiputra, "DILEMA SOSIAL DALAM THE SOCIAL DILEMMA Analisis Naratif atas Absennya Wawasan Kewargaan dalam Film The Social Dilemma," *J. Media dan Komun. Indones.*, vol. 3, no. 2, p. 86, 2022, doi: 10.22146/jmki.70033.
- [15] D. Mujiyanto, *Analisis Naratif Konsep Diri dalam Film Imperfect: Karier, Cinta dan*

- Timbangan*. 2020. [Online]. Available:
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55044>
- [16] D. Putri Aji and K. Adnani, "Makna Life Goals dalam Film Rentang Kisah: Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov," *Acad. J. Da'wa Commun.*, vol. 4, no. 1, pp. 113–134, 2023, doi: 10.22515/ajdc.v4i1.5427.
- [17] A. Toni, "Analisis Naratif Pada Konten Filosofi Hindu Pada Tiga Relief Candi Kidal Di Akun Youtube Asisi Channel," *Samvada J. Ris. Komunikasi, Media, dan Public Relat.*, vol. 1, no. 1, pp. 60–70, 2022, doi: 10.53977/jsv.v1i1.609.
- [18] A. F. Ardan and Q. N. Wijayani, "Komunikasi Interpersonal dalam Era Digital Tantangan dan Peluang," *J. Sos. Dan Hum.*, vol. 1, no. 3, pp. 99–104, 2024, [Online]. Available: <https://doi.org/10.62017/arima>
- [19] Carlos Pingsen Pratama, Vincent So, Sunoto, Muhammad Hafiz Ivan Irawan, and Jenifer Lim, "Strategi Naratif Dalam Iklan Online: Menganalisa Pengaruh Introducing Jo & Jek Terhadap Sikap Penonton di Platform Youtube," *J. Trends Econ. Account. Res.*, vol. 4, no. 2, pp. 331–337, 2023, doi: 10.47065/jtear.v4i2.1000.
- [20] D. Hariyanto and A. P. P. Mariyanto, "Motif Menonton Vlog 'Keluarga Beti' Channel Youtube Arif Muhammad," *Kanal J. Ilmu Komun.*, vol. 8, no. 2, pp. 67–72, 2020, doi: 10.21070/kanal.v8i2.264.
- [21] W. R. S. Putra, "Analisis Cerita Naratif Vladimir Propp Pada Cerita Kkn Desa Penari Versi Channel Youtube Nessie Judge," 2021.
- [22] M. A. A. Utomo, "ANALISIS KUALITAS KONTEN YOUTUBE BERDASARKAN KOLOM KOMENTAR DARI CHANNEL YOUTUBE BAIM PAULA," *J. Penelit. Komun.*, vol. 3, 2023.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.