

IDENTITAS VIRTUAL HISQIE FURQONI DALAM YOUTUBE “GAK PENTING SIH CHANNEL”

Achwannoorlistyo Adi¹, Faizal Reza², Yanuar Ilham³, Nugraha Sugiarta⁴, Anggita Lestari⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

¹achwannoorlistyo@unibi.ac.id, ²faizalreza@unibi.ac.id, ³yanuarilham@unibi.ac.id,
⁴nugrahasugiarta@unibi.ac.id, ⁵anggitalestari@unibi.ac.id

ABSTRAK

YouTuber diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang membuat akun di media *YouTube* yang kemudian menjadikan akun mereka sebagai saluran *YouTube* dengan kategori konten yang beragam seperti komedi, musik, dan lain sebagainya. Dalam menciptakan konten menarik, *YouTuber* selalu berupaya menghadirkan identitas diri di media *YouTube* dengan berbagai cara. Identitas diri ini kemudian dikenal sebagai identitas virtual. Salah satu yang membuat identitas virtual di *YouTube* adalah Hisqie Furqoni pemilik *Gak Penting Sih Channel*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan strategi fenomenologi dengan melakukan depth interview kepada informan. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat 6 identitas virtual *pseudonymity* yang dibuat oleh Hisqie Furqoni dalam channel *YouTubenya*, yaitu Higot, Hipu, Hial, Hitri, Hilap, dan Hipir. *Self image* Hisqie sebagai *YouTuber random* dan *absurd*, sedangkan *Self Esteem* yang terbentuk adalah rasa bangga dan merasa harga dirinya naik.

Kata Kunci: Identitas Virtual, Gak Penting Sih Channel, YouTuber

ABSTRACT

YouTubers are defined as a person or group of people who create an account on *YouTube* media which then makes their account a *YouTube* channel with various content categories such as comedy, music, and so on. In creating interesting content, *YouTubers* always try to present their identity on *YouTube* media in various ways. This self-identity is then known as a virtual identity. One of those who created a virtual identity on *YouTube* is Hisqie Furqoni, the owner of the *Not Important Channel*. This study used a qualitative method with a phenomenological strategy by conducting in-depth interviews with informants. The results of this study are that there are 6 *pseudonymity* virtual identities created by Hisqie Furqoni on his *YouTube* channel, namely Higot, Hipu, Hial, Hitri, Hilap, and Hipir. Hisqie's self-image as a *YouTuber* is random and absurd, while the self-esteem that is formed is a sense of pride and a feeling of rising self-esteem.

Keywords: Virtual Identity, Gak Penting Sih Channel, YouTuber

Pendahuluan

YouTube Content Creator, atau yang lebih familiar disebut sebagai *YouTuber*, memiliki peran penting untuk mendongkrak popularitas media sosial *YouTube* di Indonesia (Adi, Suminar, & Sjaifirah, 2019)

Disebut sebagai media sosial karena *YouTube* merupakan media digital yang berbasis *sharing video* memungkinkan terjadinya interaksi antar pengguna selama mereka memiliki akun *YouTube* (Adi, Suminar, & Sjaifirah, 2017).

Istilah *YouTuber* ini diartikan sebagai seseorang atau sekelompok orang yang membuat akun di media *YouTube* yang kemudian menjadikan akun mereka sebagai saluran *YouTube* dengan kategori konten yang beragam seperti komedi, musik, dan lain sebagainya (Brad & Scheep, 2009)

Di Indoensia sendiri, durasi penggunaan *YouTube* pun semakin tahun semakin meningkat, hal ini dikarenakan begitu banyaknya *YouTuber* dengan variasi genre yang menyajikan konten-konten menarik. We Are Social menyebutkan bahwa pada

Februari 2022, rata-rata penggunaan *YouTube* per bulan mencapai 26,4 Jam, data ini meningkat 2% dari tahun 2021 (Social, W, 2022).

YouTube telah menjelma menjadi simbol budaya digital yang tidak hanya menjanjikan kesempatan tak terbatas bagi *YouTuber* menjadi viral, tetapi juga memberi kemungkinan lain untuk menjadikan setiap konten sebagai isu publik (Nadila, Fitrya, Unde, & Aziz, 2018)

Dalam menciptakan konten menarik, *YouTuber* selalu berupaya menghadirkan identitas diri di media *YouTube* dengan berbagai cara. Identitas diri ini kemudian dikenal sebagai identitas virtual. Mereka membentuk identitas virtual yang menarik agar dapat mengundang penonton ke dalam *channel* mereka. Identitas virtual ini digunakan seseorang untuk mengekspresikan diri mereka di dalam media sosial atau media virtual untuk membuat orang lain kagum atas apa yang ditampilkan seseorang tersebut di media sosial (Crystal, 2011). Salah satu yang membuat identitas virtual di

YouTube adalah Hisqie Furqoni pemilik *Gak Penting Sih Channel*.

Hisqie Furqoni saat ini sudah berusia 29 tahun, menciptakan *Gak Penting Sih Channel* pada 7 Januari 2014. Dimana pada saat itu ia masih duduk di bangku kuliah. Sejak kemunculannya hingga saat ini, Hingga saat ini, *Gak Penting Sih Channel* telah memiliki 30,300 *subscribers*. Channel ini berfokus pada sketsa komedi “The Six” yang menampilkan Hisqie Furqoni dalam beberapa karakter atau identitas virtual.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti melakukan penelitian yang berfokus pada “Identitas Virtual Hisqie Furqoni Dalam *YouTube* “*Gak Penting Sih Channel*”.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif yang berupaya untuk menyajikan dunia sosial dan perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti (Moleong, 2012).

Fenomenologi menjadi strategi dalam penelitian ini. Hal ini peneliti gunakan karena fenomenologi

sejatinnya mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu (Creswell, 2013).

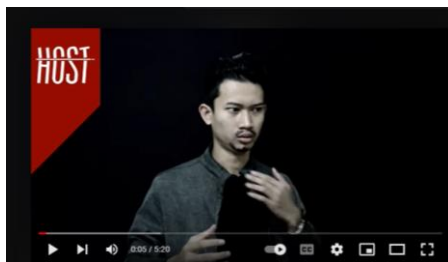
Data yang didapatkan dalam penelitian ini merupakan hasil *depth interview* dengan Hisqie Furqoni selaku pemilik saluran *YouTube* “*Gak Penting Sih Channel*”. Pemilihan *key informant* sendiri berdasarkan purposive sampling dengan kriterianya adalah minimal memiliki *subscriber* sebanyak 10.000, minimal berkarya di *YouTube* selama 5 tahun, serta memiliki identitas virtual lebih dari 2.

Hasil dan Pembahasan

Hisqie Furqoni menciptakan banyak identitas virtual di dalam *Gak Penting Sih Channel*. Penciptaan identitas virtual ini ia katakan sebagai *alter-ego*. Hisqie menyebutkan bahwa *alter-ego* tersebut adalah buah kesengajaan untuk kepentingan video yang dibuatnya. *Alter-ego* yang muncul ini merupakan bentuk visual dari keresahannya dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Berikut adalah identitas virtual yang diciptakan

oleh Hisqie Furqoni di dalam Gak Penting Sih Channel:

Hisqie Jenggot (Higot), Identitas virtual ini muncul karena keresahan seorang Hisqie tentang seperti apa pria sejati. Dalam sketsa komedinya, ia menampilkan Higot sebagai pria berjenggot dengan suara yang berat dengan konteks berusaha mengkritisi stigma tentang pria sejati yang harus maskulin, brewokan, harus memiliki badan kekar dan tangguh serta harus merokok.



Gambar 1. Identitas Virtual Hisqie Jenggot (Higot)

Hisqie Sulap (Hilap), Karakter ini diciptakan untuk menunjukkan kemampuan Hisqie dalam bersulap. Karena sulap adalah hobi yang ia tekuni selain membuat video di *YouTube*. Sama seperti Higot, penciptaan Hilap ini sebagai bentuk kritik untuk orang-orang yang ingin melakukan berbagai hal dengan cara yang instan atau dengan pendekatan magis. Hilap

sendiri diidentifikasi sebagai pria misterius yang selalu menggunakan jas hitam dan jubah abu-abu yang menutupi kepalanya hingga hanya memperlihatkan area hidung dan mulut saja.



Gambar 2. Identitas Virtual Hisqie Sulap (Hilap)

Hisqie Santri (Hitri), Karakter Hitri muncul di setiap bulan Ramadhan. Hitri hadir sebagai perwujudan pria “sholeh” yang menggunakan baju muslim atau baju koko. Kehadirannya ini mengkritisi tampilan “orang sholeh” namun saat beribadah tidak khusyuk dan tidak tertib. Salah satu kritiknya muncul dalam video yang berjudul “Macam - Macam Kecepatan Shalat Tarawih”.



Gambar 3. Identitas Virtual Hisqie Santri (Hitri)

Hisqie Alay (Hial). Identitas virtual yang satu ini muncul dalam video HisAnswer sebuah konten yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan para *subscriber*. Karakter ini mengkritisi fenomena Q & A yang dilakukan oleh para selebgram dan *YouTuber* yang sempat ramai di tahun 2016 – 2017 lalu. Karakter ini muncul dengan menggunakan kemeja dan menjawab pertanyaan dan melakukan tantangan yang diminta oleh *subscriber*nya.



Gambar 4. Identitas Virtual Hisqie Alay (Hial)

Hisqie Cupu (Hipu), Hisqie Cupu hadir sebagai antithesis Higot, Hisqie Cupu digambarkan sebagai pria berkacamata yang tidak memiliki keberanian apapun, takut untuk bertindak, dan tentunya tidak gaul. Karakter ini muncul selalu berbarengan dengan Higot yang selalu memberikan tips bagaimana menjadi pria sejati. Hipu

muncul sebagai bentuk penggambaran atas penilaian orang lain terhadap pria-pria yang tidak maskulin yang senang menonton anime (kartun Jepang).



Gambar 5. Identitas Virtual Hisqie Cupu

Hisqie Vampir (Hampir), Identitas virtual ini muncul sebagai lawan dari Hisqie Santri (Hitri). Hampir menjadi kritik bagi orang-orang yang mudah tergoda oleh akal bulus setan yang menggoyahkan keimanan manusia. Hampir divisualisasikan sebagai vampir pria yang memiliki taring panjang dan mulut merah serta garis hitam di matanya dan menggunakan pakaian hitam.



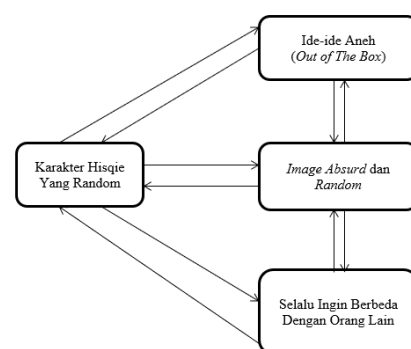
Gambar 6. Identitas Virtual Hisqie Vampir (Hampir)

Pembentukan identitas virtual ini tentu mempengaruhi *Self Image* seorang *YouTuber*, termasuk Hisqie Furqoni. *Self Image* lahir dari hasil kesepakatan orang lain sehingga menjadikan realita yang diyakini oleh yang bersangkutan (Burns, 1993).

Teori Looking Glass Self dari Charles H. Cooley menyebutkan bahwa pada hakikatnya seseorang memandang dirinya bukan dari kesadaran pribadi, tetapi seperti berkaca, bayangan yang Nampak menjelaskan siapa dirinya dan ia akan bertindak seperti apa yang dicitrakan pada sebuah kaca tersebut (Burns, 1993).

Dari hasil penelitian ini, *Self Image* Hisqie digambarkan sebagai orang yang kreatif yang mampu menyajikan tayangan kritik dengan nuansa komedi yang berdasarkan kehidupan sehari-hari, hal ini tentunya juga sesuai dengan keinginan Hisqie dalam berkarya yang selalu ingin berbeda dari orang lain. Selain itu, dengan banyaknya *alter-ego* tersebut muncul *self-image* lain terhadap diri Hisqie. Ia menyadari betul bahwa penciptaan identitas virtualnya

karena keisengan dan ke-*random*-an dalam berkarya. Hisqie selalu mengikuti *trend* apa yang terjadi. Ia lebih banyak berbicara dan membuat sketsa komedi dari hal-hal yang sedang *trending* di *YouTube* Indonesia atau hal-hal yang sedang ramai diperbincangkan di jagat maya. Selain *random*, ia menyadari bahwa *image* yang keluar dari dalam dirinya yang disadari oleh para *subscribemya* adalah *YouTuber* yang *absurd* karena sering membuat konten video yang tidak jelas seperti manusia setengah *wifi* dan konten lainnya yang memunculkan karakter-karakter atau identitas virtual yang aneh.



Gambar 7. Model Pembentukan *Self Image* Hisqie Furqoni

Self Image yang muncul menghasilkan *Self Esteem* bagi pemiliknya. Pada hakikatnya, setiap individu membutuhkan suatu penghargaan atas dirinya (Adi et al., 2019).

Hisqie mengungkapkan bahwa setelah menjadi *YouTuber* dengan jumlah *subscriber* puluhan ribu menjadikannya objek perundungan oleh rekan-rekannya semasa kuliah dulu. Namun rundungan tersebut tidak menjadikannya rendah diri dan demotivasi, justru sebaliknya. Video yang ia hasilkan di *YouTube* pernah masuk dalam program TV *The Comment NET TV* tahun 2015 yang lalu. Dengan demikian rundungan yang biasa ia dapatkan berubah menjadi pujian dari rekan-rekannya. Ia menegaskan bahwa menjadi *YouTuber* membuat dirinya senang dan merasa harga dirinya naik karena konten yang dibuatnya bisa masuk televisi nasional.

Terdapat 3 jenis identitas virtual, yaitu *real - life identity*, *pseudonymity*, dan *anonymity* (Wood & Smith, 2005). Dari identitas virtual yang muncul dalam

YouTube “Gak Penting Sih Channel” keenam identitas virtual tersebut masuk ke dalam kategori *pseudonymity* dimana Hisqie menciptakan karakter baru yang tidak ada kaitannya dengan karakter aslinya di dunia nyata. Keenam identitas virtual tersebut memiliki karakter atau personanya masing - masing. Pembentukan karakter ini pun merujuk kepada 3 elemen dasar kekuatan identitas di dalam dunia virtual, yaitu *identity fluidity*, *renovated hierarchies*, dan *information as reality* (Nasrullah, 2014)

Kesimpulan

Identitas virtual dibentuk oleh *YouTuber* dengan bermacam-macam rupa agar dapat memberikan sajian konten yang menarik. Terdapat 6 identitas virtual *pseudonymity* yang dibuat oleh Hisqie Furqoni dalam channel *YouTubenya*, yaitu Higot, Hipu, Hial, Hitri, Hilap, dan Hipir. Keenam identitas virtual tersebut menjadikan *self image* Hisqie sebagai *YouTuber random* dan *absurd*. Namun meskipun dengan *Self Image* seperti itu, ia merasa

Self Esteem yang terbentuk adalah rasa bangga dan merasa harga dirinya naik terutama saat kontennya muncul di TV nasional.

Daftar Pustaka

Adi, A. N., Suminar, J. R., & Sjafirah, N. A. (2019). Pengalaman YouTuber Kota Bandung Dalam Membentuk Identitas Diri Virtual Dalam Media YouTube. *PROMEDIA*, 5(2), 132–170.

Adi, A. N., Suminar, J. R., & Sjafirah, N. A. (2017). Parental Control Untuk Anak Pengguna Media YouTube di Indonesia. In *Komunikasi dan Budaya di Tengah Pusaran Media dan Teknologi Informasi* (pp. 1–12). Jatinangor: Unpad Press.

Brad, & Scheep, D. (2009). *How to Make Money With YouTube*. . United State: Mc Graw Hill.

Burns, R. B. (1993). *Konsep Diri, Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Jakarta: PT. Arcan.

Creswell, J. W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Crystal, J. (2011). The Disclosure-IntimateLink in Computer-Mediated Communication: An Attributional Extension of Hypersocial Model. . *Human Communication Research*.

Digital 2022 Indonesia February 2022. (n.d.).

Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nadila, S., Fitriya, T. A., Unde, A., & Aziz, S. (2018). PENGUNGKAPAN IDENTITAS DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL: STUDI MENGENAI ETNOGRAFI VIRTUAL MELALUI VLOG. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(1).

Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber* (1st ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.

Wood, A. F., & Smith, M. J. (2005). *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture*. Mahwah, New Jersey: Lawrence.