

Konstruksi identitas etnis pada proses produksi video bertema etnis Indonesia-Tionghoa di youtube: studi pada kreator video youtube yang beretnis Indonesi-Tionghoa = Ethnic identity construction in production process of Chinese-Indonesian themed youtube video: study of Chinese-Indonesian youtube creators

Andri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20456414&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai konstruksi identitas etnis dalam proses produksi video YouTube bertema etnis Indonesia-Tionghoa oleh kreator dengan latar belakang etnis yang sama. Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran Sirkuit Budaya dari du Gay 2013 dengan fokus pada interaksi antara momen produksidengan identitas dan konsumsi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif melalui wawancara mendalam dan analisis isi kualitatif video produksi para kreator YouTube. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi identitas etnis pada video bertema etnis Indonesia Tionghoa di YouTube mengalami negosiasi antara idealisme dan kebutuhan komersial kreator. Penelitian ini juga menemukan bahwa konstruksi identitas etnis dilatarbelakangi proses produksi yang berhubungan dengan momen identitas dan konsumsi pada tingkatan saluran dan individu kreator. Hubungan yang terjadi bersifat sangat kompleks dengan status kreator sebagai etnis Indonesia-Tionghoa sebagai topik sensitif di masyarakat.

.....This research discusses about ethnic idenity construction in production process of Chinese Indonesia themed video by YouTube creator from the same ethnic. This study draws from du Gay, et al. 2013 argument about circuit of culture. Using qualitative approach, this study examines the interaction between production, identity, and consumption moments. This study applies social construction strategy and collect data through contextual content analysisand in depth interviews with on three YouTube creators from three different channels.The result shows that construction of Chinese Indonesian identity in the video and production process is compromised between creators rsquo idealism to show resistance about the stereotypes and commercial need to get user views that led to advertising revenue. This research also learns that identity construction in the video is intertwined between moment of production, moment of identity and consumption in both channel level and individual level of the creator. The relationship between these three moments is very complex in regard to Chinese Indonesian as a sensitive topic.