

BAB II

KAPITALISASI HUMOR SEKSIS PADA VLOG

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai proses kapitalisasi humor seksis dalam konten YouTube, khususnya melalui vlog, dan juga bagaimana humor tersebut dinormalisasi serta diterima di kalangan audiens digital. Bab ini akan lebih spesifik melihat fenomena vlog Dean KT sebagai objek penelitian, yang kemudian dikaitkan dengan isu bagaimana humor seksis di dalamnya secara konkret dikapitalisasi. Vlog dan konten pendek Dean KT merupakan contoh nyata di mana di dalamnya terdapat berbagai adegan yang menyuguhkan humor seksis yang memicu engagement tinggi dan pada akhirnya menghasilkan keuntungan finansial. Pendekatan historis dan sosial digunakan untuk menganalisis bagaimana konstruksi gender terbentuk dan dipertahankan dalam budaya digital. Konstruksi ini tidak terlepas dari konteks ekonomi, politik, sejarah, dan budaya yang turut tercermin dalam media massa, termasuk platform seperti YouTube.

2.1 Perkembangan YouTube sebagai Platform Konten

YouTube merupakan salah satu platform berbagi video terbesar di dunia yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan membagikan video secara gratis (Ranti, 2024). Platform ini didirikan pada 14 Februari 2005, oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang sebelumnya adalah karyawan perusahaan e-commerce Amerika, PayPal. Ide awal pendirian YouTube adalah untuk memfasilitasi individu dalam berbagi "video rumahan" mereka.

Pada awal kemunculannya popularitas YouTube mengalami peningkatan pesat dalam waktu singkat, yang kemudian menarik perhatian industri teknologi. Namun, pertumbuhan signifikan ini juga menimbulkan berbagai tantangan serius, terutama terkait infrastruktur teknologi dan isu hukum hak cipta. Banyak perusahaan media mulai mengajukan protes karena konten mereka diunggah ke platform tanpa izin. Di sisi lain, YouTube pada saat itu juga belum berhasil menemukan model bisnis yang stabil untuk menutupi biaya operasional yang terus

meningkat. Situasi ini mendorong YouTube untuk mencari dukungan finansial dan strategis dari pihak lain (Britannica, 2025).

Pada saat yang sama, Google, yang sedang mengembangkan layanan serupa bernama Google Video, menghadapi kesulitan dalam menarik perhatian publik. Kondisi ini mendorong Google untuk mengakuisisi YouTube pada November 2006 dengan nilai sebesar \$1,65 miliar dalam bentuk saham. Akuisisi ini menjadi salah satu langkah paling strategis dalam sejarah industri teknologi. Google memilih untuk tidak mengintegrasikan YouTube sepenuhnya ke dalam sistemnya, melainkan tetap menjalankannya secara mandiri. Untuk mengatasi potensi gugatan hukum, Google kemudian menjalin kerja sama dengan sejumlah perusahaan hiburan besar. Kerjasama ini bertujuan agar konten berhak cipta dapat digunakan secara legal di platform tersebut, sekaligus memberikan izin kepada pengguna untuk menyertakan lagu-lagu tertentu dalam video mereka (Britannica, 2025).

Sejak didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, platform ini telah mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan digital saat ini. Dengan lebih dari 2,7 miliar pengguna aktif setiap bulan serta pendapatan sebesar \$8,1 miliar pada kuartal pertama tahun 2024 (GMI Research Team, 2025), YouTube tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi, pemasaran, dan interaksi sosial yang memiliki dampak luas.

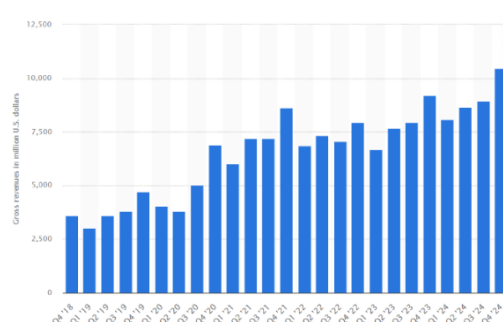


Diagram 2.1 Data pendapatan global youtube per tahun 2024
(*YouTube Global Advertising Revenues per Quarter 2024, 2024*)

2.1 Kapitalisasi Konten Pada Platform Youtube

Selain sebagai pusat informasi dan komunikasi, YouTube juga menyediakan peluang ekonomi bagi para kreator konten. Pendapatan seorang YouTuber umumnya bergantung pada jumlah penonton serta tingkat interaksi yang diperoleh dari kontennya. Salah satu sumber penghasilan utama berasal dari kemitraan dengan Google AdSense, yang memungkinkan penayangan iklan dalam video. Melalui sistem ini, kreator dapat menyesuaikan iklan agar lebih relevan dengan audiens mereka (Dasar-dasar AdSense - Bantuan Google AdSense, t.t.). Dengan model monetisasi ini, YouTube tidak hanya menjadi wadah ekspresi kreatif, tetapi juga menciptakan ekosistem ekonomi digital yang menguntungkan bagi para kreator konten.

Pendapatan kreator melalui AdSense ditentukan berdasarkan metrik Revenue Per Mille (RPM), yaitu pendapatan per seribu tayangan, dan Cost Per Mille (CPM), yaitu biaya yang dibayarkan pengiklan per seribu tayangan iklan. Kedua metrik ini dihitung berdasarkan jumlah penayangan dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti jenis serta harga iklan yang ditampilkan, lokasi geografis kreator, kategori video, kualitas trafik, penggunaan pemblokir iklan (adblock), serta tingkat interaksi audiens terhadap iklan (Anggie Ariesta, 2021). Untuk meningkatkan pendapatan, kreator konten perlu menghasilkan video dengan jumlah penayangan yang tinggi, karena semakin banyak views yang diperoleh, semakin besar pula potensi pendapatan yang dapat diraih.

Dalam menemukan tayangan di YouTube, pengguna memiliki berbagai cara, seperti melalui pencarian langsung, mengklik tautan yang dibagikan oleh orang lain, atau melalui algoritma YouTube yang menampilkan video di beranda atau rekomendasi mereka. Algoritma YouTube merupakan kombinasi dari perintah yang diprogram oleh insinyur serta pola perilaku yang berkembang melalui proses pembelajaran mesin yang kompleks. Keberhasilan algoritma YouTube diukur dari kemampuannya dalam meyakinkan pengguna untuk menonton konten tambahan

setelah menyelesaikan satu konten. Algoritma ini terus berkembang melalui pembelajaran mesin, di mana setiap kali pengguna memilih untuk menonton konten yang direkomendasikan, sistem belajar bahwa terdapat keterkaitan antara konten yang ditonton dan konten yang disarankan (Bryant, 2020). Karena itulah, untuk meningkatkan jumlah tayangan, para kreator konten perlu menyesuaikan konten mereka dengan tren algoritma yang sedang populer agar lebih mudah direkomendasikan kepada pengguna lain.

Selain monetisasi melalui penayangan iklan pada AdSense, YouTube juga menyediakan cara lain bagi kreator untuk mengkapitalisasi konten mereka. Metode lain yang tersedia meliputi sistem membership dan donasi (Dasar-dasar AdSense - Bantuan Google AdSense, t.t.). Sistem ini memungkinkan penggemar untuk memberikan dukungan finansial langsung kepada kreator favorit mereka. Melalui membership, penggemar dapat memperoleh akses ke konten eksklusif atau benefit lainnya, sementara fitur donasi memungkinkan mereka memberikan kontribusi sukarela.

Namun, meskipun memiliki sistem monetisasi yang beragam, YouTube tidak lepas dari permasalahan, terutama terkait iklan. Salah satu kasus terbesar terjadi pada tahun 2017 yang dikenal sebagai "Krisis Ad-pocalypse" (Opkis, 2024). Krisis ini dipicu oleh penemuan pengiklan besar bahwa iklan mereka ditampilkan di samping konten yang mempromosikan ujaran kebencian, terorisme, dan materi tidak pantas lainnya. Akibatnya, banyak pengiklan menarik diri dari platform, menyebabkan penurunan drastis pendapatan bagi kreator konten yang bergantung pada AdSense. Insiden ini memicu kritik keras terhadap YouTube karena dianggap gagal memoderasi kontennya secara efektif, yang pada akhirnya mengancam banyak pekerjaan di platform tersebut.

Sebagai respons, YouTube menerapkan kebijakan moderasi konten yang lebih ketat dan algoritma penempatan iklan yang lebih ketat untuk mencegah terulangnya insiden serupa. Kebijakan ini mencakup demonetisasi video yang melanggar pedoman dan pengetatan kriteria kelayakan monetisasi. Meskipun bertujuan untuk memulihkan kepercayaan pengiklan dan melindungi merek, langkah-langkah ini juga menuai protes dari beberapa kreator yang merasa

dirugikan. Ad-pocalypse secara signifikan memengaruhi komunitas YouTube, mendorong kreator untuk mendiversifikasi sumber pendapatan dan memicu diskusi tentang tanggung jawab platform dalam meregulasi konten demi menjaga lingkungan yang aman dan menguntungkan bagi semua pihak.

2.3 Perjalanan Karir Dean KT

Dean KT, atau Aldean Tegar Gemilang, merupakan seorang streamer dan YouTuber ternama di Indonesia yang berfokus pada konten gaming. Menurut data dari Social Blade (2025), ia memiliki sekitar 1,39 juta subscriber dan meraih jutaan views setiap bulan. Dengan pengaruh besar di industri konten gaming, Dean KT memiliki perjalanan karier yang panjang di dunia esports.

Berdasarkan laporan dari DuniaGames.co.id (Haris Firmansyah, 2024b) Dean KT memulai kariernya di dunia esports pada tahun 2016 sebagai manajer tim divisi Dota 2 di EVOS Esports. Seiring waktu, perannya terus berkembang hingga akhirnya dipercaya menjabat sebagai Vice President di organisasi tersebut. Namun, pada Oktober 2022, ia memutuskan untuk meninggalkan EVOS setelah enam tahun bergabung dan beralih ke dunia kreator konten sebagai seorang streamer.



Gambar 2.1 Foto Dean KT Bersama group Bala-bala

(<https://duniagames.co.id/discover/article/bala-bala-deankt>, diakses pada 16 Maret 2025, pukul 18.16 WIB)

Sebagai sosok ternama di dunia esports Mobile Legends, Dean KT memiliki kemudahan dalam menciptakan kontennya. Ia dapat berkolaborasi dengan pro

player, pelatih tim, hingga brand ambassador di skena Mobile Legends. Selain itu, Dean KT juga membentuk grup streaming sendiri yang ia beri nama Bala-Bala, yang beranggotakan dirinya bersama Nastasia Adeline, Alyssa, BTR Anin, Hamdan, Rexxy, Bion, dan Andre Hendarto (Haris Firmansyah, 2024a). Melalui grup ini, Dean KT tidak hanya membuat konten livestreaming bersama, tetapi juga mengadakan berbagai kegiatan. Aktivitas-aktivitas tersebut turut mendukungnya dalam memperluas pengaruhnya sebagai kreator konten di YouTube.

Diambil dari kanal YouTube-nya (*DEANKT*, 2025), Dean KT memproduksi berbagai jenis konten. Salah satunya adalah vlog yang mendokumentasikan kesehariannya atau kegiatan bermain gim. Vlog ini dibuat dalam format video panjang dengan durasi sekitar 10 hingga 40 menit, atau bisa juga dalam versi pendek di bawah 1 menit dalam bentuk Shorts. Selain itu, Dean KT juga rutin melakukan livestreaming saat bermain gim bersama rekan-rekannya. Tidak hanya konten permainan, Dean KT juga menghadirkan IRL (In Real Life) streaming, yaitu siaran langsung yang menampilkan aktivitasnya dalam kehidupan sehari-hari. Total video yang telah diunggah Dean KT sepanjang kariernya hingga saat ini adalah 2.900 video. Rinciannya adalah 89 video dengan format horizontal, 656 dalam format live stream, dan 2.155 dalam format Shorts..

2.3 Kapitalisasi Pada Konten Dean KT

Dalam upaya mengkapitalisasi kontennya di YouTube, Dean KT menerapkan strategi monetisasi yang beragam. Salah satu sumber penghasilan utamanya berasal dari AdSense, melalui penayangan iklan pada videonya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Social Blade, estimasi penghasilan Dean KT dari AdSense mencapai angka yang signifikan. Secara bulanan, estimasi penghasilannya diperkirakan berkisar antara \$3.800 hingga \$60.000. Jika dikonversi ke dalam mata uang Rupiah (dengan kurs sekitar Rp16.360 per USD pada 29 Juni 2025), angka tersebut setara dengan kisaran Rp62.168.000 hingga Rp981.600.000. Sementara itu, dalam skala tahunan, estimasi penghasilan Dean KT dapat mencapai \$74.000 hingga \$1.200.000, atau sekitar Rp1.210.640.000 hingga Rp19.632.000.000.

Selain mengandalkan pendapatan dari AdSense YouTube, Dean KT juga memperoleh penghasilan melalui donasi dan keanggotaan (membership) dari para penontonnya. Dalam sebuah podcast bersama Raditya Dika yang berjudul “Inilah Raja YouTube Membership Indonesia” (Raditya Dika, 2024), Dean KT mengungkapkan bahwa ia memiliki prinsip "dari penonton untuk penonton," di mana ia bersedia melakukan berbagai hal untuk menghibur penonton selama mendapatkan bayaran langsung dari audiensnya. Hal ini disebut-sebut sebagai salah satu faktor yang membuat Dean KT memiliki jumlah membership YouTube terbanyak di Indonesia.



Gambar 2.5 Podcast Raditya Dika bersama Dean KT

(<https://www.youtube.com/watch?v=uLLEk3jHMKo>, diakses pada 16 Maret 2025, pukul 18.16 WIB)

Walaupun prinsip "dari penonton untuk penonton" memberikan banyak keuntungan, terkadang hal ini juga membawa implikasi buruk bagi Dean. Contohnya adalah kasus ketika ia tanpa sengaja mendapatkan masalah dengan Rudy Golden Boy. Dalam salah satu siaran langsungnya, Dean secara tidak sengaja membaca komentar penonton yang meminta tanggapannya tentang Rudy Golden Boy. Tanpa mengetahui konteksnya, ia mencemooh beliau. Akibatnya, cuplikan tersebut diklip dan disebar oleh penonton hingga sampai kepada Rudy Golden Boy sendiri. Untungnya, permasalahan ini berhasil diselesaikan secara damai, sebagaimana dijelaskan dalam video “DRAMA DEANKT VS RUDY

GOLDENBOY MAKIN PANAS!! VIEWER GAMAU TANGGUNG JAWAB? - IDL PODCAST” (celloszxz - YouTube, 2025)

Implikasi lain dari strategi Dean KT dalam mencari pendapatan ini tergambar pada bagaimana ia memperlakukan perempuan di kontennya. Untuk menyenangkan penonton dan meningkatkan views, Dean KT biasanya melakukan humor-humor seksis. Hal ini terlihat pada video YouTube Shorts berjudul "APAKAH KALIAN MELIHAT GUNUNG" yang telah ditonton 7,3 juta kali, dengan 189 ribu likes dan 3.960 komentar. Angka penayangan yang tinggi ini berbanding terbalik dengan video Dean KT lainnya yang tidak mengandung humor seksis, seperti video berjudul “KAPAN LAGI KITA DI BUNUH SAMA BANG WINDAH, ACHIEVEMENT GUA GELO”, yang hanya mendapatkan 48 ribu views, 1.100 likes, dan 51 komentar.

Perbandingan ini secara jelas menunjukkan kecenderungan penonton untuk lebih menyukai dan memberikan engagement yang lebih tinggi pada konten dengan unsur humor seksis. Lebih lanjut, komentar-komentar pada video "APAKAH KALIAN MELIHAT GUNUNG" juga menunjukkan adanya perbandingan di mana isi komentarnya lebih sugestif dan bahkan menginisiasi jokes seksis lainnya.



Gambar 2.6 Komentar pada video berjudul "APAKAH KALIAN MELIHAT GUNUNG" (<https://www.youtube.com/shorts/WK3VILrE68o>, diakses pada 11 Juni 2025, pukul 16.00 WIB)



Gambar 2.7 Komentar pada video berjudul " KAPAN LAGI KITA DI BUNUH SAMA BANG WINDAH, ACHIEVEMENT GUA GELO "

(<https://www.youtube.com/shorts/T1VUdO2LZ8E> , diakses pada 11 Juni 2025, pukul 16.00 WIB

2.4 Gerakan Feminisme Indonesia

Gerakan perempuan di Indonesia memiliki perjalanan panjang yang berakar pada awal abad ke-20, seiring dengan perkembangan nasionalisme dan keterlibatan perempuan dalam gerakan sosial-politik. Tokoh-tokoh awal seperti Raden Ajeng Kartini, Dewi Sartika, dan Rasuna Said menyadari kondisi perempuan yang tertekan dan terisolasi, sehingga mereka berjuang memajukan kesejahteraan perempuan melalui pendidikan (Wieringa, dalam Sa'diyah dan kawan kawan., 2023).

Perjuangan ini menjadi penting karena status perempuan menurun akibat penjajahan Belanda, berbeda dengan era pra-kolonial di mana posisi perempuan setara dengan laki-laki, terbukti dari adanya ratu yang memimpin kerajaan Aceh selama lebih dari 50 tahun (1641-1699). Kebangkitan gerakan ini kemudian dipelopori oleh Nyai Achmad Dahlan melalui jalur pendidikan dan kegiatan sosial keagamaan yang melahirkan organisasi Aisyiah pada 1917 (Burhanuddin dalam Sa'diyah dan kawan kawan., 2023) Tak lama setelah itu, organisasi feminis formal pertama seperti Indische Vrouwenbond (IVB) pun mulai terbentuk pada 1912 (Djoeffan, dalam Sa'diyah dan kawan kawan., 2023)

Namun, setelah kemerdekaan pada 1945, gerakan perempuan sempat mengalami kemunduran. Prioritas pemerintah yang beralih ke pembangunan

nasional serta munculnya penentangan terhadap feminisme yang dianggap mengancam nilai tradisi menjadi penyebabnya (Larasati & Astuti dalam Sa'diyah dan kawan kawan., 2023) Gerakan ini baru bangkit kembali pada era 1980-an dengan fokus pada perjuangan hak atas tubuh dan hak ekonomi, yang ditandai dengan munculnya organisasi seperti Solidaritas Perempuan dan Koalisi Perempuan Indonesia (Aripurnami dalam Sa'diyah dan kawan kawan., 2023).

Puncak dari perjuangan modern ini adalah adanya pencapaian signifikan, termasuk peningkatan jumlah perempuan di posisi kepemimpinan politik. Selain itu, lahir pula payung hukum penting seperti Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (UU PKDRT) pada 2004 dan Undang-Undang Tindak Pidana Kekerasan Seksual (UU TPKS) yang lebih komprehensif pada 2022 ("RUU TPKS disahkan setelah berbagai penolakan selama enam tahun, apa saja poin pentingnya?," 2022).

