

BAB II

POSTINGAN YOUTUBE YOSHILO DAN KOMUNIKASI PEERGROUP

Pada bab ini, akan membahas secara singkat mengenai postingan youtube yoshiolo serta membahas pula mengenai variable lain yang dikaitkan yaitu komunikasi peegroup.

Yoshi Setyawan adalah seorang youtuber sekaligus *hypebeast enthusiast* atau orang yang gemar pakaian *branded*. Yoshi adalah kelahiran Jakarta 14 Juni 1998. Yoshi memulai YouTube sejak tahun 2010 dan aktif tahun 2014 serta dikenal sebagai Yoshiolo. Salah satu konten di channel youtube-nya yaitu mewawancarai beberapa pengunjung yang datang ke acara *Jakarta Sneakers Day*, yang diberi judul “Berapa harga outfit lo?”.

Video tersebut merupakan modifikasi dari konten tanya-jawab outfit yang terinspirasi dari youtuber asal inggris *The Unknown Vlogs* dengan judul “How Much Is Your Outfit”, kemudian ia modifikasi sedemikian rupa sehingga menjadi konten “Berapa harga outfit lo?”.

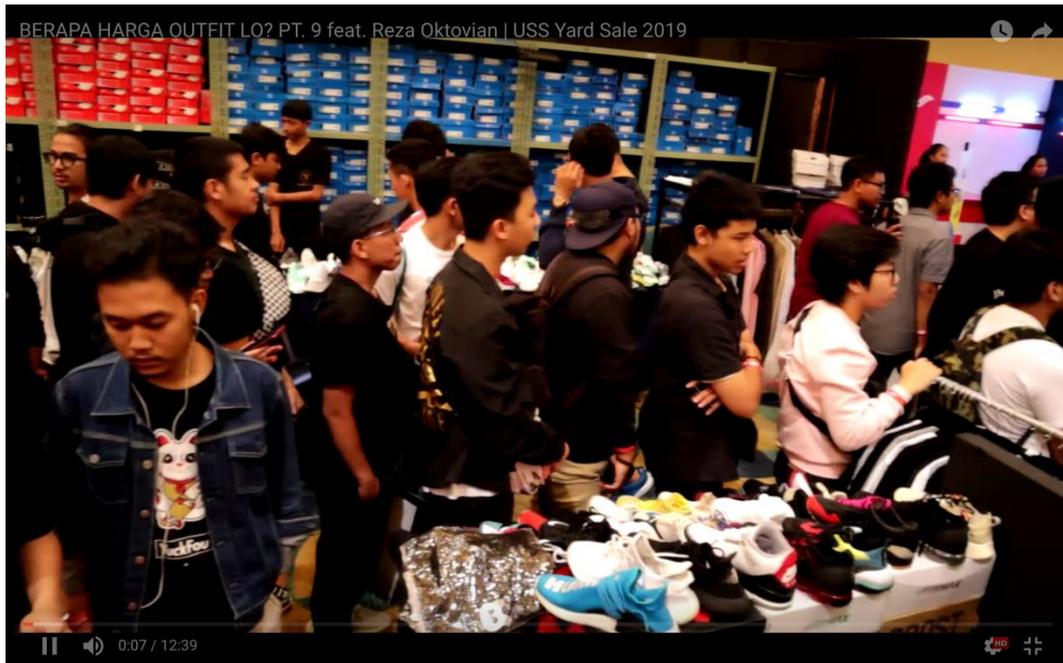
Video-video yang tayang di youtube beradegan Yoshi menanyakan harga, tempat pembelian pakaian dan barang fashion serta pekerjaan apa yang dilakoni oleh penjawab dalam video. Tujuannya adalah memperlihatkan seberapa mahal pakaian yang dikenakan masyarakat sosial kelas A, dan merubah persepsi

masyarakat yang menganggap semua pakaian mahal adalah hasil ngemis uang orang tua. (Portal Media Entertainment , 2019)



2.1 Kegiatan Postingan Youtube Yoshiolo

Yoshiolo merupakan youtuber yang berfokus pada review fashion dan lifestyle yang masuk ke dalam golongan barang mewah. Kontennya mempunyai banyak tema, seperti ; Local Pride, Hype mania, Berapa harga outfit lo?, #StreetwearHistory, dan Hunting Fake. Adegan yang ada dalam video-video tersebut bermacam-macam, tetapi garis besarnya adalah mewawancarai orang yang menggunakan produk fashion mewah. Video-video tersebut sangat diminati dengan bukti channel youtube yoshiolo ditonton sebanyak 66.458.000 kali oleh penonton youtube. Rata-rata 60 ribu views setiap hari dan 13 ribu subscriber baru setiap bulan.



Pengetahuan Yoshiolo yang luar biasa mengenai street wear, menjadikan Yoshi sebagai reviewer yang terpercaya. Selain itu, Yoshi juga menjelaskan pekerjaan yang dilakoni oleh penjawab sehingga menepis anggapan bahwa para *Hypebeast* hanya meminta uang kepada orang tua.

2.2 Komunikasi Peer Group

Kelompok sebaya merupakan lingkungan kedua setelah keluarga, yang berpengaruh bagi kehidupan individu. Hal tersebut bergantung pada persepsi individu tersebut terhadap kelompoknya. Persepsi individu terhadap kelompok sebayanya akan menentukan keputusan yang hendak diambilnya. Kelompok sebaya menyediakan lingkungan bagi remaja untuk melakukan bagi remaja untuk melakukan sosialisasi dengan nilai yang berlaku di kalangan mereka dan tempat ia menentukan jati dirinya.

Remaja membutuhkan pengakuan peergroup terhadap faktor psikologis internal yang melekat pada dirinya, seperti kebutuhan untuk dihormati, kebutuhan untuk disegani, kebutuhan untuk dipatuhi. Kebutuhan tersebut meluas untuk memiliki posisi tertentu di masyarakat. Apabila teman-teman dalam kelompok remaja cenderung memiliki perilaku konsumtif, maka karena adanya interaksi, remaja tersebut juga cenderung mengikuti perilaku konsumtif dari kelompoknya.

Yoshiolo merupakan youtuber papan atas yang memberi pengetahuan mengenai barang fashion yang masuk dalam kategori mewah dan premium. Keinginan remaja untuk diakui oleh teman sepermainan membuat remaja berlomba-lomba menjadi pusat trend fashion dengan membeli barang fashion tanpa memikirkan kebutuhan dan kondisi ekonomi. Banyak remaja yang menjadi sangat konsumtif karena selalu membeli apa-apa saja yang direview oleh Yoshiolo agar terlihat “keren” dihadapan peergroup.