

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan di lingkungan tempat peneliti tinggal yakni kota Pematangsiantar dan Medan. Para informan yang peneliti wawancarai bersifat *random* namun disini peneliti menjamin akan pengetahuan mereka terhadap pemanfaatan seperti apa yang mereka dapatkan ketika mengeksplor youtube Gadgetin dan semua informan yang peneliti wawancarai merupakan penonton aktif dari youtube gadgetin. Wawancara dalam Para ahli menyelesaikan eksplorasi ini secara langsung dan online melalui hiburan berbasis web dan beberapa tahapan berbasis web yang dapat diakses.

Spesialis mengajukan beberapa pertanyaan sehubungan dengan masalah yang sedang diselidiki dan telah diatur untuk didekati untuk menyelidiki para saksi. Data yang diperoleh dijadikan sebagai catatan, penyelidikan penting dan kemudian diperiksa.

#### **4.1 Pemanfaatan yang didapat oleh penonton terhadap Gadgetin sebagai media penyebar informasi teknologi**

Menurut sejumlah informan yang telah diwawancarai peneliti, masing-masing informan menggunakan YouTube dalam berbagai cara untuk berkomunikasi. Perbedaan tersebut seharusnya terlihat dari setiap saksi yang mempunyai persyaratan yang berbeda-beda terhadap pasal tersebut mereka cari dan temukan melalui youtube *channel* Gadgetin. Dari informan Denny Alfiansyah, ia lebih banyak menonton youtube gadgetin untuk mencari referensi dari dunia pasar penjualan hp.

*“Aku pribadi banyak ngambil manfaat dari Gadgetin Cuma dari segi kebutuhan untuk beli hp. Karena memang dari dulu referensi kalok mau belik hp atau laptop itu dari channel youtube gadgetin. Dari mulai keunggulannya lah, kekurangannya sampai di harga semua kuperhatikan. Satu lagi yang*

*buat percaya dan yakin channel ini pilihan terbaik, aku sampek belik hp yang dia review, eh rupanya bener sampek sekarang ini hp gak nyesel belinya”.*<sup>1</sup>

Berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Informan Ahmad Sandy Rizky, ia malah suka dengan gaya bicara dari si *creator* yang bernama David tersebut daripada konten-konten yang disajikannya. *“Sedikit informasi yang peneliti peroleh melalui hasil observasi secara online melalui channel Gadgetin ini, memang secara pembawaan sera teknik berkomunikasi yang sangat baik diseluruh videonya seakan-akan penonton dapat terbius suasana yang dibuat oleh Gadgetin ini. Apalagi bahasanya halus kali ditelinga ku. Gak sok kekinian dan sok gaul, dan reviewnya real apa adanya. Objektif, betul-betul bisa jadi acuan kalau ingin beli gadget”.*<sup>2</sup>

Dari apa yang dilakukan oleh informan ketiga yaitu Ernawati, yang umurnya jauh berbeda dari beberapa informan yang peneliti wawancarai. Dimana ia menceritakan pengalamannya ketika membeli sebuah gadget yakni Hp, dia pernah merasa tertipu oleh sales yang bekerja di toko Hp tersebut dengan iming-imingan bonus yang ia dapatkan jika membeli merk Hp tersebut. *“Takutnya saya ditipu lagi oleh penjual karena minimnya pengetahuan teknologi saya. Akhirnya saya dikasih tau sama keponakan tentang gadgetin di youtube. Akhirnya setelah nonton, ternyata di videonya ada yang bahas tentang banyak hp yang punya kualitas bagus. Akhirnya saya uda nggak merasa bodoh lagi waktu beli hp baru untuk saya dan anak saya”.*<sup>3</sup>

Informan keempat Ridho Kurniansyah Ritonga, ia memanfaatkan youtube gadgetin sebagai sumber informasi terkait keinginannya untuk

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Denny alfiansyah. 08/05/2023

<sup>2</sup> Wawancara dengan Ahmad Sandy Rizky. 10/05/2023

<sup>3</sup> Wawancara dengan Ibu Ernawati 11/09/2023

membeli laptop dalam memenuhi kuliahnya. Ia sendiri sudah mencari beberapa referensi dari beberapa *channel* yang memiliki konten-konten tentang teknologi, tetapi kebanyakan dari yang dia temukan tidak ada penjelasan secara spesifik spesifikasi yang ada di laptop tersebut. Seperti apa itu *Ram, Processor, SSD, dan HDD* yang sering kali disebut oleh beberapa *channel youtube* yang membahas tentang gadget. Namun ketika dia menonton *youtube channel* gadgetin, apa yang menjadi pertanyaan dari beberapa spesifikasi tadi akhirnya terjawab. “*Gadgetin beda kali dari channel youtube yang lain, dari dia kalau SSD sama HDD itu punya perbedaan yang kuat di laptop. Cara dia menjelaskan itu bukan kayak bahasa yang baku, tapi dia kemas pakai bahasa yang sederhana supaya orang awam kayak aku itu paham*”.

Dari Informan kelima Fajar Rivaldi, dia memanfaatkan *youtube gadgetin* bukan untuk kebutuhan seperti para informan sebelumnya. Fajar cenderung memanfaatkan *youtube Gadgetin* hanya tertarik dengan cara berkomunikasi David selaku *content creator*. Fajar mendapatkan manfaat yang besar diakarenakan karena sering menonton akhirnya perlahan cara berkomunikasinya makin membaik. Hal unik terjadi dikarenakan hal ini informan mendapatkan *impact* yang luar biasa di pekerjaannya yakni dibidang pemasaran pemasaran pupuk. “*Memang agak aneh sih, karena rata-rata orang manfaatin Gagdetin karena mau beli Hp. Tapi aku memang nyata, karena keseringan nonton jadi kepengen skill ngomong ku ke customer ku kek gitu*”.<sup>4</sup>

Informan keenam yaitu Nurfaidzy, dia memanfaatkan *youtube gadgetin* sebagai sumber referensi dan juga sumber inspirasi dalam meng*upgrade PC (Personal Computer)* miliknya. Informan kali ini memiliki hobi dibidang teknologi *Hardware* dan *Software*, jadi meningkatkan kualitas pengetahuan *Hardware* (Perangkat Keras) dari PC miliknya tentu sangat berpengaruh terhadap *Software* yang ingin dia pelajari selanjutnya. Namun informan memiliki pendapat bahwa *Youtube Gadgetin* memiliki

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Fajar Rivaldi Batubara. 05/08/2023

kekurangan. *“PC itu kalau dirakit ada formulanya, di gadgetin hanya nampilin alat yang sudah dibeli. Seharusnya dari proses belinya juga ditampilin. Misal CPU intel akan cocok jika disandingkan dengan Motherboard yang support Intel. Nah CPU intel ini juga punya versi yang harus support dengan motherboard yang memiliki versi yang sama juga”*.

Namun dibalik kekurangan informasi terkait penjelasan secara rinci, Nurfaidzi tetap memiliki tanggapan yang baik mengenai youtube channel tersebut. *“Manfaatnya kita bisa update detail terkait hardware yang dirakitnya, misal dia pake Intel core i9 generasi 13 dia juga jelasin kelebihanannya. Ini bakal jadi patokan bagus untuk memilih produk alat komputer itu. Dan tiap video ketika selesai rakit dia munculin benchmark nya, ini juga bisa jadi pemahaman bagi penonton buat tau arti kinerja yang sebenarnya dari sebuah alat komputer”*.<sup>5</sup>

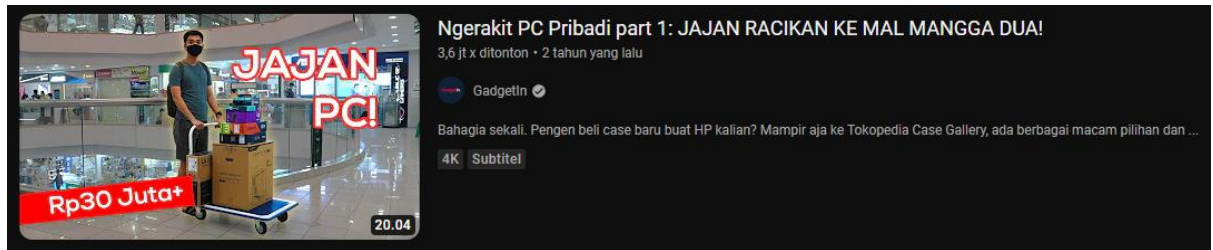
Berbeda dengan informan keenam yakni Nurul Harvirna, dimana dia suka menghabiskan waktu untuk menghibur diri lewat tayangan yang ada di youtube. Satu demi satu video dari channel yang berbeda, sampai di youtube gadgetin juga ia jelajahi. Dalam youtube gadgetin bukan hanya soal mereview gadget namun ada juga konten yang sifatnya menghibur. *“ Aku kan gak tertarik lebih jauh ya tentang gadget, karena aku lebih suka content seperti vlog jalan-jalan, musik, dan game. Tapi ada loh di channel gadgetin konten yang menghibur, contohnya ada dia content jajan Pc di Mall. Ga tau kenapa suka aja gitu walaupun gak tertarik dunia teknologi”*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

#### **Gambar 4.1 Konten Jajan PC**

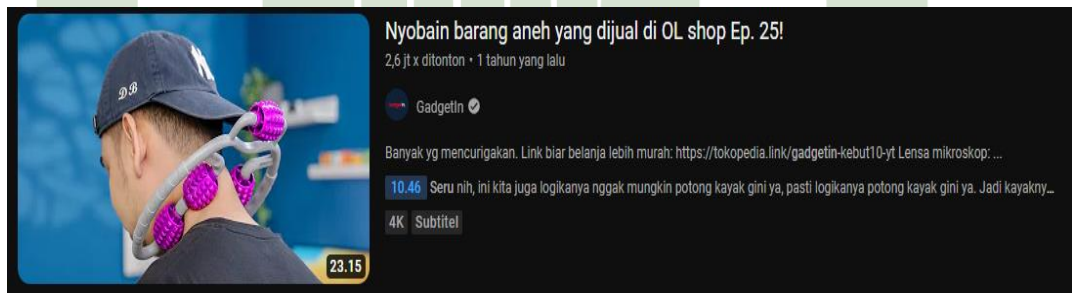
---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Nurfaidzi Ryamizard Saragih. 31/07/2023



Informan terakhir, yakni Maharani Risky tertarik dengan konten gadgetin yang menghibur buat dirinya dikala waktu senggang. Dimana dia suka dengan konten khusus yaitu “rieview barang-barang aneh dari toko online”. Selain terhibur Maharani juga banyak memiliki pengetahuan bahwa ada juga barang-barang yang aneh dijual di toko online dan anehnya ada fungsinya juga ternyata. *“Contohnya barang lazy reader, itu memudahkan pengguna untuk tidak bungkuk saat menggunakan handphone. Walau aku pribadi tertarik, aku gak beli barang tersebut karena Cuma senang aja liat kontennya, kayak ngerasa “oh barang gini ada dijual ya di online, terus fungsinya ini”*”.

**Gambar 4.2 Konten Barang-Barang Aneh Gadgetin**



Dari beberapa Informan yang telah diwawancarai oleh peneliti, pemanfaatan Youtube Gadgetin sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi teknologi memiliki tingkatan yang berbeda, hal ini dikarenakan setiap informan memiliki kebutuhan berbeda terhadap objek yang dicarinya di YouTube *Gadgetin* tergantung apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh informan itu sendiri. Dimulai dari segi kebutuhan Informasi seputar perkembangan dunia teknologi “*gadget*”, menghibur diri dari sibuknya

aktivitas, perubahan perilaku dari yang sebelumnya tidak tau-menau tentang teknologi kini telah memiliki pengetahuan luas tentang dunia teknologi “*gadget*”. Hingga penjelasan kekurangan dari youtube gadgetin dari sekian banyak kelebihan yang telah disampaikan oleh beberapa informan yang telah peneliti wawancarai diatas.

Manfaat yang sangat dirasakan oleh beberapa informan selanjutnya yang merupakan seorang editor, dimana beberapa konsep yang diletakkan di dalam videonya ada juga yang di dapat melalui chanel youtube gadgetin sebagai inspirasinya. “ *beberapa konsep sering kugunakan di dalam video yang ku edit misal dari background yang dipakai itu memanjakan mata ketika kutonton, dari sini muncul ide untuk memasukkan konsep dari video gadgetin ke dalam video yang kubuat.*

Ide kadang muncul ketika kita sedang memperhatikan sesuatu dan kebanyakan sifatnya *random*, ide bisa muncul ketika sedang dalam perjalanan, sedang makan, nongkrong bahkan ide bisa muncul ketika sedang menonton mau itu film atau youtube sekalipun. Kebanyakan para director film mendapatkan inspirasi dari apa yang ia lihat, bisa melalui buku dan juga film favoritnya.

## 4.2 Peranan Youtube Sebagai Media Sosial Di Kalangan Penggiat Media Sosial

Kendala merupakan suatu kondisi dimana gejala atau hambatan dan kesulitan menjadi penghalang tercapainya suatu keinginan. Kendala berarti halangan, rintangan, faktor atau keadaan yang membatasi, menghalangi atau mencegah pencapaian sasaran atau kekuatan yang memaksa pembatalan pelaksanaan. Kendala seringkali terjadi dalam dunia pendidikan, seperti pada model pembelajaran, pendekatan, media pembelajaran dan penilaian pada siswa.

Jadi kendala adalah suatu masalah atau suatu keadaan yang menjadi penghambat untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dan harus memiliki solusi tertentu yang sesuai dengan kendala yang dihadapinya.

Tugas YouTube sebagai hiburan berbasis web mendapat reaksi berbeda dari masyarakat umum. Di sini ilmuwan akan menggambarkan beberapa reaksi dari beberapa sumber yang berhasil ditemui langsung oleh pakar tersebut. Hiburan berbasis web adalah fitur berbasis situs yang dapat membentuk organisasi dan memungkinkan individu untuk bekerja sama secara lokal.

Dari informan pertama yaitu Rahman Hidayat, dia berpendapat bahwa sangat tepat jika youtube diklasifikasikan menjadi media sosial. Hal ini dikarenakan adanya bentuk interaksi didalamnya yakni dapat dilihat dari fitur komentar yang ada di setiap konten para *Youtuber*. *“Youtube sangat cocok jika disebut sebagai media sosial terletak pada pola interaksi sosial yang membuat masyarakat saling terhubung satu sama lain, dari konten yang disajikan, fitur komentar dan lain sebagainya”*.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Rahman Hidayat. 28/07/2023

Informan pertama juga menyatakan pendapat ada hal yang bisa menguatkan pendapat dia yakni, jika dibandingkan antara youtube dengan media massa seperti televisi cukup jauh perbandingannya. Dari segi konten yang sangat luas dibandingkan televisi serta di masa sekarang masyarakat rata-rata menggunakan internet dimana hal inilah yang mempengaruhi masyarakat untuk beralih dari televisi menuju media sosial.

Sama halnya dengan informan kedua yakni Maharani Riski, dia berpendapat jika youtube diklasifikasikan menjadi media sosial. Dikarenakan di dalam kolom komentar di setiap konten yang disajikan itu penuh dengan komentar dari khalayak publik. *“Kolom komentarnya berfungsi sebagai alat pengungkapan berupa pengalaman, kritik, saran, maupun keadaan yang dialami penonton setelah melihat konten yang ada di youtube.*

Dalam penelitian ini peneliti juga memaparkan hasil observasi dari apa yang peneliti perhatikan melalui wawancara dari para responden. Fitur komentar yang ada di youtube menjadi acuan utama informan berpendapat bahwa youtube merupakan media sosial. Karena didalamnya selain reaksi yang mereka sampaikan terkait konten yang disajikan namun dari reaksi 1 orang lambat laun akan terjadi saling interaksi antar sesama pengguna.



### Gambar 4.3 Isi Kolom Komentar Youtube Gagdgetin



Dari hasil pengamatan observasi yang peneliti lakukan, memang benar adanya sebuah interaksi yang terjadi antara sesama pengguna youtube. Dimulai dari penonton yang memantik suasana lalu timbullah sebuah reaksi yang menghasilkan interaksi.

Kaplan dan Haenlein (2010) mengelompokkan hiburan virtual menjadi enam jenis, khususnya,

a) Usaha Patungan, yaitu situs yang memberikan persetujuan yang disetujui kepada kliennya untuk mengubah, menambah atau mengurangi substansi dalam situs. Misalnya saja situs Wikipedia

b) Website dan Mikroblog, khususnya lokal yang mampu sebagai media dokumentasi catatan individual. Tulisannya memungkinkan penggunaanya bebas mengekspresikan berbagai idenya. Misalnya kompasiana.com, wordpress.com, dll.

c) Penawaran Konten, yaitu situs yang menawarkan konten yang memberikan jenis bantuan kepada klien individu dalam berbagai desain video, gambar, dan teks. Contohnya termasuk slideshare.com dan video.com.

d) Situs organisasi interpersonal, yaitu situs atau aplikasi yang dapat menyatukan klien berupa foto, teks, dan data individu. Misalnya saja friendster.com dan facebook.com.

e) Virtual Game World, yaitu situs dunia terkomputerisasi yang mengulang iklim (3 aspek) sebagai simbolnya. Pengguna dapat berinteraksi seperti di kehidupan nyata. Misalnya Minecraft.

f) Dunia Sosial Virtual, yaitu situs dunia terkomputerisasi yang meniru keberadaan manusia secara asli. Klien dapat berkomunikasi satu sama lain seperti kenyataan. Misalnya saja situs game second life.com

YouTube adalah situs berbagi video terkenal di mana klien dapat mentransfer, menonton, dan menawarkan potongan video secara gratis. Didirikan pada bulan Februari 2005 oleh 3 mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Pada umumnya, rekaman di YouTube adalah potongan video dari film, televisi, dan rekaman yang dibuat oleh klien sebenarnya.

Berbeda dengan apa yang disampaikan oleh informan ketiga yaitu Kevin Andra Nugraha, dia justru beranggapan sangat kurang tepat jika youtube dikatakan sebagai media sosial. Dia lebih setuju jika youtube itu diklasifikasikan ke arah situs berbagi video). *“aku sih berpendapat youtube itu bukan media sosial sih, dia lebih ke arah situs berbagi video aja sama kayak tiktok. Kurang tepat aja sih kalau youtube itu media sosial, karena kita gak bisa bertukar pesan melalui fitur DM kayak instagram atau facebook.”*<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Kevin Andra Nugraha. 22/11/2023

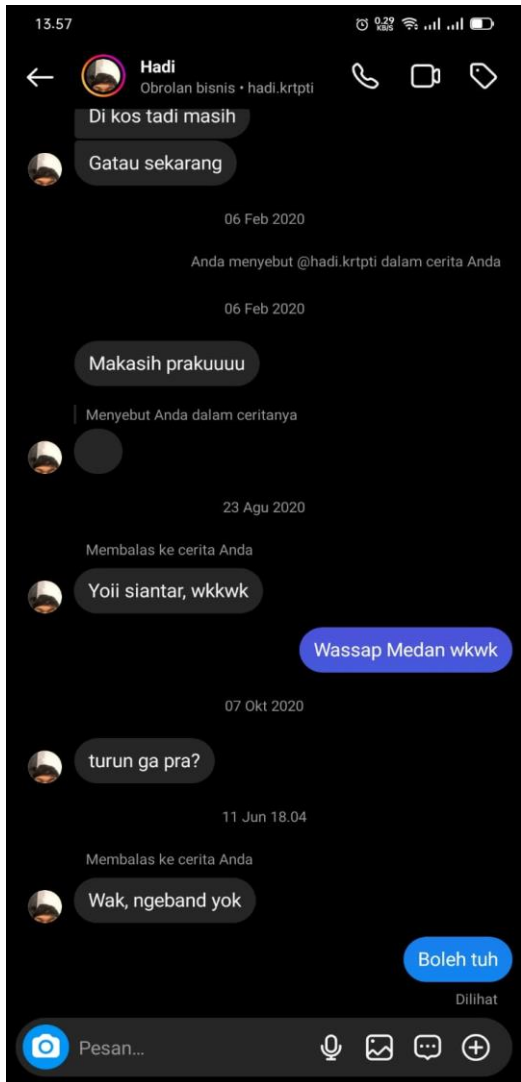
Informan keempat juga memiliki pendapat yang sama dimana tidak adanya fitur *Direct Message* (DM) yang memungkinkan adanya interaksi secara personal dengan sesama pengguna. Jika dilihat dari karakteristik dari media sosial sendiri tentu ini menjadi dasar yang kuat jika youtube tidak dapat diklasifikasi menjadi media sosial. “Yang kutau sih youtube itu hanya platform berbagi video. Yang kupahami itu media sosial kan kita bisa bertukar pesan secara personal ke siapapun ya, nah kalau youtube kan harus di kolom komentar baru bisa kita berinteraksi. Tapi menurutku sih itu hanya sekedar reaksi aja sih dari apa yang kita tonton, berbeda dengan media sosial yang pada umumnya. Misalnya Instagram itu sifatnya sama kayak youtube sama-sama menyajikan visual, tapi yang jadi pembeda instagram bisa chattingan dengan pengguna yang lain, kalau di youtube gak bisa”.<sup>8</sup>

Instagram dengan fitur DM (*Direct Message*), Facebook dengan fitur *Messenger* dan Twitter dengan fitur DM (*Direct Message*) jelas merupakan contoh dari media sosial, kita bisa saling bertukar pesan dengan sesama pengguna. Tanpa harus adanya sebuah konten foto atau video yang disajikan, kita dengan mudah dapat saling berinteraksi dengan pengguna lain tanpa ada hambatan apapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Syahyulita. 22/11/2023



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN



Dari hasil wawancara dengan beberapa responden, dapat dilihat bahwa adanya bentuk perbedaan pendapat antara para ahli dengan anggapan dari para khalayak publik. Para informan tentu memiliki hak sendiri bagaimana mereka berpendapat mengenai youtube sebagai media sosial atau tidak. Hal ini didasari oleh banyaknya waktu yang mereka habiskan dengan gadget mereka, jadi tentunya hal ini juga membuat mereka lebih paham dengan apa yang mereka lihat.

Adanya sebuah bentuk perbedaan pendapat seperti yang telah peneliti sebutkan di atas. Memunculkan pemahaman tersendiri namun memiliki beberapa acuan yang kuat untuk menyelesaikan masalah Youtube sebagai media sosial atau tidak?. Disini peneliti akan menjelaskan secara rinci mengenai hal tersebut.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, bukan hanya observasi secara menyeluruh pada Youtube saja, namun peneliti melakukan observasi terhadap beberapa media sosial yang ada. Sehingga timbul beberapa asumsi mengenai hal ini. Kemajuan inovasi media baru pada umumnya membawa perkembangan baru yang berbeda bagi kliennya. Salah satu dampak terbesarnya adalah hiburan online.

Inovasi baru dikembangkan sebagai respons terhadap evolusi dunia maya, dan perubahan atau perkembangan yang terjadi di media sosial adalah contohnya. Para peneliti menggunakan ini sebagai landasan mereka. Untuk berasumsi mengenai fenomena ini. Pada awal perilisannya, memiliki fitur berbagi foto, video serta orang lain bisa berkomentar di setiap postingannya.

*Friendster* adalah media sosial pertama dan tertua di Indonesia. Dibuat pada tahun 2002, aplikasi ini sangat diminati anak-anak muda pada masanya. Penggunaannya dapat membagikan foto, video serta orang lain bisa berkomentar yang di *add as a friend*. Jadi memang media sosial ini memiliki karakter yang sangat identik dengan pembagian (*sharing*) kegiatan sehari-hari. Dari mulai munculnya fitur status yang awalnya hanya berupa teks saja, kini sudah berkembang dapat berbagi video dan foto juga di status kita.

Karakteristik dari media sosial yang telah disebutkan tadi menjadi tanda tanya besar, apakah youtube sudah sesuai dengan kriteria tersebut. Secara youtube merupakan situs berbagi video (*Platform Video Sharing*) dimana tidak ada fitur berbagi foto atau video kegiatan sehari-hari kita seperti yang ada pada media sosial yang lainnya.

Facebook dapat berbagi status, mau itu tentang kegiatan kita, keadaan diri kita, berjualan, membagikan hal-hal lucu dan lain-lain. Youtube memang memiliki fitur dimana fitur ini menjadi karakteristik utuh dari youtube, yaitu berbagi video. Beragam video ada disana, dari mulai musik, dakwah, video-video lucu, berita dan lain sebagainya. Namun dengan adanya hal tersebut belum bisa disamakan dengan karakter dari Instagram, Facebook, dan Twitter, di antara situs media sosial lainnya.

Saat ini dengan kemajuan-kemajuan yang berkembang sesuai dengan apa yang telah diacu, kemajuan atau kemajuan yang terjadi pada dunia hiburan berbasis web merupakan perkembangan baru yang dilakukan untuk menjawab perkembangan yang terjadi di dunia maya. Ini merupakan hal yang nyata dapat kita rasakan kehadirannya. Beragam fitur yang dulunya ada di media sosial, kini sudah ada di youtube. Fitur *stories* misalnya, fitur ini hanya dimiliki oleh media sosial namun youtube kini dengan perkembangannya memasang fitur tambahan ini juga.

Adanya fitur berbagi video *reels* di Instagram, juga merupakan bentuk perkembangan yang diambil dari tiktok, begitu juga fitur Dm (*Direct Message*) yang dimiliki oleh tiktok juga merupakan bentuk perkembangan yang idenya diambil dari Instagram

Aplikasi tambahan Facebook yaitu Messenger, juga merupakan bentuk perkembangan yang idenya diambil dari aplikasi bertukar pesan Whatsapp. Kini fitur yang ada di dalamnya sudah sangat mirip dengan fitur-fitur yang ada pada Whatsapp.

Salah satu hal yang paling identik dengan perkembangan di beberapa media yang telah disebutkan tadi, yakni berbagi video. Hal ini didasari manusia itu sangat suka dengan visual, kurang suka jika hanya mendengar saja tanpa adanya gambar disana. Video menggabungkan elemen visual seperti gambar, tulisan, warna, gerakan dan efek visual yang memikat. Konten video juga dapat memberikan stimulus pendengaran. Hal ini dapat dibuktikan khalayak publik jauh lebih tertarik jika iklan dari sebuah produk itu ditampilkan melalui video daripada hanya audio visual saja. Kepopuleran radio dibandingkan televisi jauh lebih menarik televisi jika dibandingkan dengan radio.

Hal yang demikian juga dapat dilihat banyak perusahaan besar di bidang penjualan produk lebih memilih mengiklankan produk mereka di televisi walaupun dengan harga yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan radio. Hal ini dikarekan efek yang diterima oleh perusahaan tersebut sangat signifikan dalam hal keuntungan.

Adanya fitur-fitur yang dulunya ada di salah satu media sosial tadi tidak dapat membuktikan secara konkrit bahwa youtube merupakan media sosial juga. Ada beberapa hal yang menjadikan dasar bagi peneliti untuk tidak mengklasifikasikan youtube sebagai media sosial, diantaranya:

1. Youtube tidak ada ada fitur berbagi foto sekaligus fitur komentar untuk foto tersebut
2. Youtube tidak memiliki fitur Dm (*Direct Messege*) untuk bertukar pesan secara pribadi antar sesama pengguna
3. Youtube tidak memiliki fitur *stories* untuk membagikan kegiatan dari semua penggunanya.
4. Fitur komentar bukan merupakan sebuah bentuk interaksi antar sesama pengguna, tetapi merupakan bentuk reaksi dari stimulus berupa video yang dibagikan
5. Fitur fitur yang identik dengan media sosial seperti *live streaming* merupakan bentuk perkembangan saja namun tidak dapat diklasifikasikan sebagai media sosial
6. Sama halnya dengan fitur short video, ini merupakan bentuk perkembangan ide yang terinspirasi dari tiktok