

BAB I

PENDAHULUAN

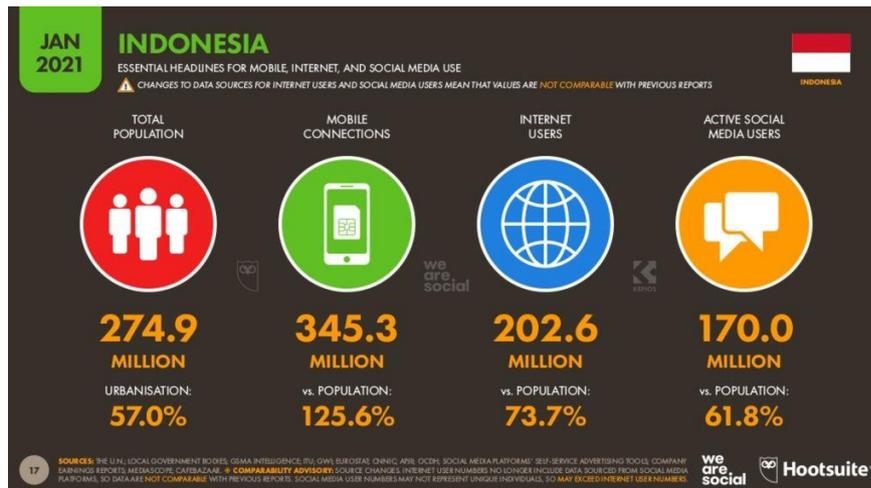
1.1 Latar Belakang

Teknologi berperan penting dalam kehidupan saat ini, karena manusia membutuhkan lebih banyak informasi dengan berbagai macam bentuk alat komunikasi, mulai dari media cetak, media elektronik dan juga media online. Hal tersebut dapat diartikan sebagai komunikasi massa, yaitu komunikasi yang menggunakan media massa (Mulyana, 2005).

Media massa merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi, sehingga dalam proses tersebut menimbulkan sebuah efek yang disebut efek media (Cangara, 2009). Seiring perkembangan zaman, media massa menggunakan internet dalam menyebarkan informasi sehingga terbentuklah media massa baru yang diketahui dengan sebutan *new media*.

Ronal Rice (Putri S & Rummyeni, 2017) mengemukakan *new media* sebagai teknologi komunikasi yang menyediakan dan memungkinkan untuk terjadinya interaktivitas antar pengguna dan pengguna lainnya. *New media* yang dimaksud ialah jaringan internet yang dapat menghubungkan semua pengguna internet di seluruh dunia didalam suatu jaringan dimana saja dan kapan saja.

Internet muncul di Indonesia pada tahun 1990-an. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh media sosial Hootsuite dan agensi marketing *We Are Social* jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 mencapai 202,6 Juta pengguna atau 73,7 persen dari total populasi sebesar 274,9 juta jiwa pada Januari 2021. Jumlah pengguna internet Indonesia meningkat 27 juta atau mengalami kenaikan sebesar 15,5 persen antara tahun 2020 dan 2021 jika dibandingkan dengan jumlah pengguna internet tahun 2020 yang hanya mencapai 175,4 juta pengguna.

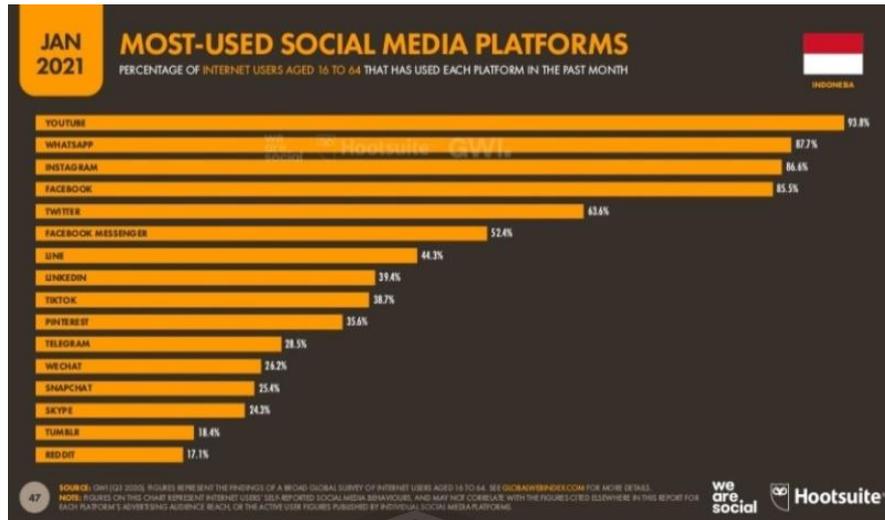


Gambar 1. 1 Grafik Situs Pengguna Media Sosial

Sumber : *We Are Social*, Hootsuite (2021)

Dilihat dari perspektif perkembangan pendidikan yang memasuki era digital adanya teknologi internet membantu manusia mengatasi kesulitan yang diakibatkan oleh keterbatasan jarak, ruang, dan waktu. Jika dilihat dari perspektif komunikasi, penemuan teknologi internet telah memudahkan manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lain. Selain itu, internet juga memudahkan manusia untuk mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Perkembangannya teknologi di kehidupan saat ini menjadi tidak dapat dipisahkan antara manusia dengan internet dan media sosial, YouTube salah satunya.

YouTube merupakan bentuk media sosial yang digunakan untuk berbagi video secara online. Dilansir dari statistik dalam situs *We Are Social*, pada Januari 2021 YouTube menjadi media sosial urutan pertama yang paling banyak digunakan dengan mencapai 93,8% pengguna di Indonesia. Menurut (Tutiasri, dkk: 2020) YouTube oleh sebagian orang sering dimanfaatkan sebagai media belajar untuk mengembangkan *skill* atau kemampuan dirinya sendiri secara mandiri, oleh karena itu di dalam YouTube memiliki banyak manfaat dan kegunaan karena dapat menjadi wadah untuk mendapatkan informasi yang lebih luas, sehingga YouTube dapat dikatakan sebagai media pembelajaran.



Gambar 1. 2 Grafik Situs Media Sosial
 Sumber : *We Are Social*, Hootsuite (2021)

Menurut Sianipar (2013) YouTube sebagai media pembelajaran memiliki *surveillance* atau motif informasi. Karena video yang dimuat di dalam YouTube dapat memuat pesan yang ingin disampaikan kepada komunikan atau penerima pesan, sama halnya dalam proses pembelajaran yang berkaitan dengan komunikasi. Berdasarkan penelitian terdahulu hasil observasi penulis yang berjudul “Potensi YouTube Sebagai Media Edukasi Bagi Anak” menjelaskan terdapat kurangnya konten YouTube mengenai edukasi dengan *genre* seperti vlog dan konten kreatif lainnya yang bertema pendidikan. Hal ini, menurut Rahmawan (2018) tentunya menjadi sebuah permasalahan sekaligus masih harus dikembangkan. Data tersebut memperkuat penelitian ini dalam mengembangkan penelitian milik Detta Rahmawan mengenai potensi YouTube sebagai media edukasi, dengan mengacu pada hasil bahwa *content creator* di YouTube yang khusus membahas tema pendidikan masih sangat terbatas. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh intensitas menonton media YouTube mengenai konten edukasi memberikan efek kognitif kepada penontonnya.

Konten edukasi dalam YouTube menyajikan berbagai macam jenis pengetahuan, salah satunya adalah pengetahuan bahasa Inggris. Pembelajaran dalam bentuk visual dan disajikan dengan konsep yang menarik memudahkan khalayak dalam menyerap informasi yang disajikan oleh *content creator* tersebut.

Dalam era informasi saat ini, hanya manusia yang unggul yang dapat bertahan dan memimpin dunia, Dari segi ini jelas kemahiran berbahasa dalam bahasa Inggris sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan untuk menuju kehidupan yang lebih maju.

Para *content creator* menyediakan berbagai cara belajar bahasa Inggris untuk khalayak Indonesia yang ingin belajar bahasa Inggris dengan cara yang berbeda dan tidak membosankan.

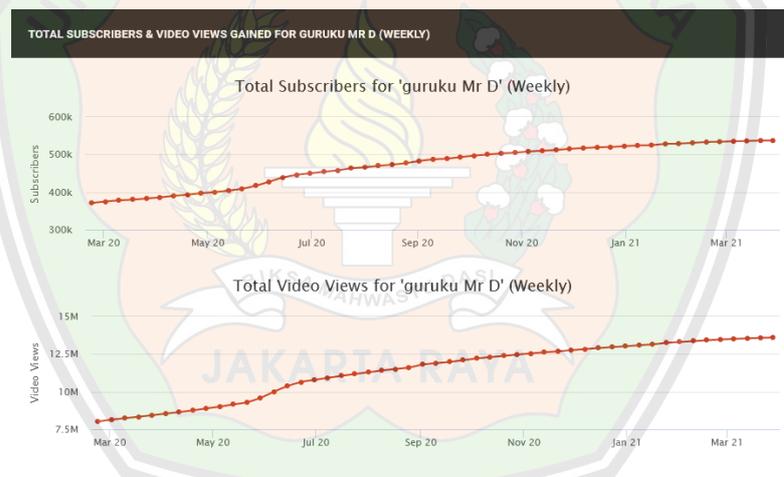
Tabel 1.1 Kreator Konten Pembelajaran Bahasa Inggris

No	Channel YouTube	Subscribers
1	<i>English with Lucy</i>	6,13 juta
2	<i>Learn English With TV Series</i>	4,13 juta
3	mmmEnglish	4,09 juta
4	Linguamarina	3,75 juta
5	Guruku Mr D	546 ribu

Sumber : campuspedia.id

Dari hasil pencarian penulis dengan kata kunci “Rekomendasi *Channel* YouTube Indonesia untuk belajar bahasa Inggris”, terdapat lima *channel* YouTube yang menjadi rekomendasi sebagai *channel* YouTube pembelajaran bahasa Inggris menurut campuspedia.id yaitu *English with Lucy*, *Learn English with Tv Series*, *mmmEnglish*, Linguamarina, dan Guruku Mr D. *Content creator* dari lima *channel* YouTube tersebut merupakan orang berkebangsaan asing. Namun, satu-satunya dari kelima *channel* YouTube tersebut yang menggunakan bahasa Indonesia-bahasa Inggris yaitu hanya *channel* YouTube dari Guruku Mr D dan keempat lainnya hanya menggunakan bahasa Inggris. *Channel* YouTube Guruku Mr D sendiri bertujuan untuk memberikan pengetahuan bahasa Inggris kepada orang Indonesia yang ingin belajar bahasa Inggris. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti *channel* YouTube Guruku Mr D karena target responden dari penelitian ini yaitu orang Indonesia yang mempelajari bahasa Inggris dari YouTube.

Channel YouTube Guruku Mr D ini dimiliki oleh Denisio Perez atau yang dikenal dengan Dennis. Dennis merupakan seorang pria asal Amerika Serikat yang sudah tinggal di Indonesia kurang lebih 7 tahun. Dennis mengawali membuat video setelah ia sudah tinggal di Indonesia selama 3 tahun. Video pertama Dennis mengenai kesalahan-kesalahan umum dalam berbahasa Inggris di Indonesia yang dibagikan pada akun Instagramnya. Semakin banyak khalayak yang mengenalnya dan menginginkan video mengenai pembelajaran bahasa Inggris dengan durasi yang lebih lama, sehingga Dennis membuat *Channel* YouTube yang pada tanggal 10 Maret 2021 pada Pukul 10:00 WIB sudah memiliki 546 ribu *subscribers* dan 215 video yang sudah diunggah di *Channel* YouTube-nya dengan intensitas penayangan seminggu dua kali yaitu pada hari minggu dan rabu maka akan mudah diingat oleh para penontonnya. Selain itu, penyampaian yang mudah dipahami dan sedikit menyisipkan komedi dalam setiap kontennya membuat penontonnya tidak merasa bosan.



Gambar 1. 3 Grafik Total Subscribers dan Penonton Channel Guruku Mr D

Sumber : socialblade.com

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh socialblade.com bahwa subscribers dan penonton pada channel YouTube Guruku Mr D mengalami peningkatan dalam satu tahun terakhir. Grafik di atas menunjukkan peningkatan *subscribers* dan penonton dari bulan Maret 2020 hingga Maret 2021. Peningkatan tersebut seharusnya sejalan dengan efek yang diberikan oleh media kepada kognitif seseorang sampai kepada menimbulkan perubahan perilaku. Namun, pada faktanya tingginya penonton pada *channel* YouTube Guruku Mr D berdampak

pada efek yang ditimbulkan tidak sampai ke seluruh aspek-aspek dari efek kognitif.

Hal ini ditunjukkan melalui hasil wawancara pada tanggal 15 Maret 2021 pukul 14:48 WIB peneliti dengan *subscriber* yang bernama Aisyah melalui Instagram, mengatakan bahwa ia kesulitan menerapkan pengetahuan yang ia peroleh dari Guruku Mr D karena tidak ada lawan bicara.

Selain itu, hasil dari wawancara pada tanggal 15 Maret 2021 pukul 15:06 WIB peneliti dengan *subscriber* yang bernama Cica melalui Instagram, mengatakan bahwa kurangnya pemahaman mengenai *grammar* dan sulit menerapkan materi yang sudah didapat pada channel YouTube Guruku Mr D karena tidak adanya lawan bicara.

Dilansir dari wawancara Webtvasia.id pada tahun 2019, menurut Mr D “pada umumnya, masalah utama orang Indonesia adalah mereka tidak terbiasa menggunakan bahasa Inggris dalam kehidupan sehari-hari”. Alasan yang sudah lumrah adalah merasa tidak bisa karena kurangnya kosa kata dan kepercayaan diri. Di sini terlihat jelas bahwa dukungan sosial dan faktor lingkungan mempengaruhi perubahan perilaku.

Keunggulan YouTube menurut Suryaman sebagai media pembelajaran yang potensial, praktis, informatif, interaktif, *shareable*, dan terdapatnya Teacher Tube memudahkan kreator konten dalam menciptakan kondisi dan suasana pembelajaran yang menarik, menyenangkan, dan interaktif (Setiadi, 2019). Pembelajaran yang interaktif dalam YouTube dapat dilakukan dengan interaksi antar *content creator* dengan penonton melalui kolom komentar dan *live streaming*. Melalui observasi yang dilakukan peneliti, Guruku Mr D tidak menciptakan pembelajaran yang interaktif karena Guruku Mr D tidak membalas komentar atau pertanyaan yang didapatkan dari *subscribers*-nya pada kolom komentar *channel* YouTube Guruku Mr D. Dapat dikatakan bahwa Guruku Mr D tidak memanfaatkan YouTube sebagai media pembelajaran yang interaktif karena tidak ada interaksi antara *content creator* dengan *subscribers*.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin menguji teori Kognitif Sosial dari Albert Bandura di mana pengaruh media dapat mengkoneksi ke sistem sosial

seseorang sehingga terjadinya perubahan perilaku. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini nantinya akan menyebarkan kuesioner kepada *subscribers channel* YouTube Guruku Mr D yang akan menjadi responden dalam penelitian ini.

Dipilihnya *subscribers* menjadi responden dikarenakan *subscribers* adalah penonton yang telah menyatakan bahwa mereka ingin menonton lebih banyak konten dari *Channel* YouTube Guruku Mr D, sehingga memiliki intensitas dalam menonton video yang diunggah oleh Guruku Mr D. Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin mengangkat permasalahan ini dengan judul **“Pengaruh Intensitas Menonton YouTube pada *Channel* Guruku Mr D terhadap Aspek Kognitif (Studi Eksplanatif pada *Subscribers*)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dalam penelitian ini, maka peneliti memberi rumusan masalah : “Seberapa besar pengaruh intensitas menonton YouTube pada *channel* Guruku Mr D terhadap aspek kognitif?”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh intensitas menonton pada *Channel* YouTube Guruku Mr D terhadap aspek kognitif.
2. Terdapat tingkat aspek kognitif yang rendah dalam intensitas menonton YouTube pada *Channel* Guruku Mr D.
3. Terdapat bagaimana pengaruh intensitas menonton pada *Channel* YouTube Guruku Mr D terhadap aspek kognitif.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari identifikasi masalah di atas, adapun tujuan penelitian yaitu:

1. Mengetahui apakah ada pengaruh intensitas menonton YouTube pada *Channel* Guruku Mr D terhadap aspek kognitif.
2. Mengetahui seberapa besar tingkat aspek kognitif dalam intensitas menonton YouTube pada *Channel* Guruku Mr D.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas menonton pada *Channel* YouTube Guruku Mr D terhadap aspek kognitif.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, kegunaan penelitian ini adalah memperkaya kajian Ilmu Komunikasi mengenai pengaruh media sosial khususnya YouTube terhadap aspek kognitif. Serta dapat menjadi referensi dalam mengembangkan kajian mengenai pengaruh media, khususnya kajian media baru.

1.5.2 Kegunaan Praktis

a) Bagi Pengguna YouTube

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bahwa YouTube dapat dimanfaatkan untuk menunjang proses pembelajaran dan menambah pengetahuan maupun *skill* bahasa asing khususnya bahasa Inggris.

b) Bagi *Content Creator*

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas konten yang bertema pendidikan khususnya pembelajaran bahasa Inggris.

c) Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini bagi peneliti sendiri yaitu untuk menambah wawasan tentang pengaruh intensitas menonton YouTube terhadap aspek kognitif.

d) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam menyusun sebuah penelitian dengan objek yang sama.

