BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia teknologi sekarang berkembang. Dengan berlalunya waktu, teknologi juga telah berkembang pesat. Teknologi telah membawa banyak hal baru, salah satunya muncul media baru. Denis McQuail mengemukakan dalam bukunya *"Mass Communication Theory"* (1987: 16-17) bahwa media baru adalah sejenis media telematik, yaitu sejenis peralatan teknologi elektronik yang berbeda dengan tujuan yang berbeda pula. Disebarkan menggunakan teknologi komputer dengan jaringan internet, sehingga dapat diakses dengan mudah dan cepat dari mana saja. Di media baru, kita dapat mengakses semua jenis informasi, hiburan dan sebagainya.

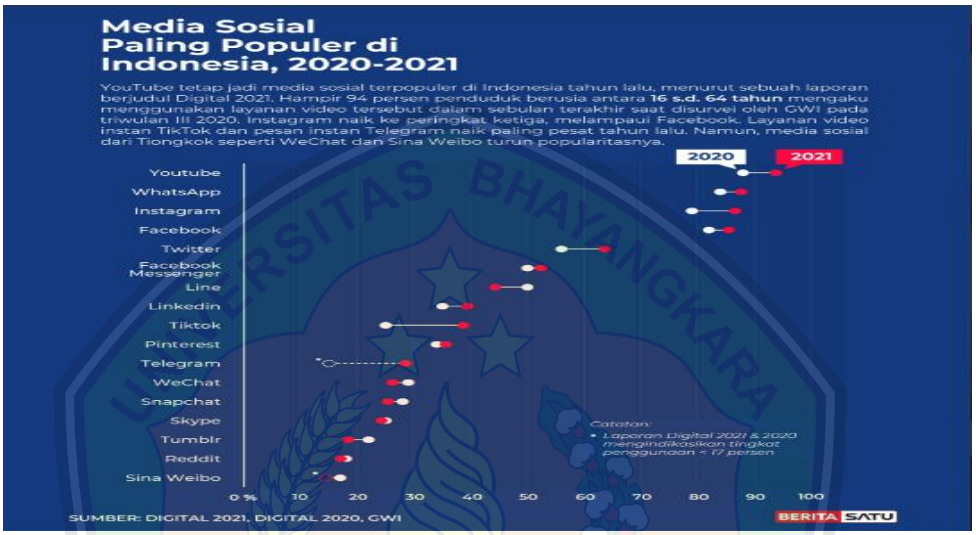
Bisa dikatakan bahwa setiap orang di dunia tidak ada yang tidak terpapar oleh media massa, karena apapun jenis kelamin, usia dan pekerjaannya, setidaknya pernah mendengarkan radio, menonton TV atau menonton film bioskop. Ketika semua kegiatan itu dilakukan, sebenarnya ia mendapat perhatian media massa, sehingga bisa sedikit banyak dipengaruhi. Apalagi dukungan dari pesatnya perkembangan teknologi di era ini.

Kemunculan media baru sangat memudahkan setiap orang untuk mencari informasi yang mereka butuhkan tanpa ada batasan. Selain bisa mengakses informasi dan hiburan, kita juga bisa menyebarkan informasi di media baru atau media sosial. Informasi yang disebarluaskan dapat berupa bagan, gambar dan video. Saat ini penyebarluasan informasi yang paling populer adalah bentuk gambar dan video. Tempat paling luas untuk informasi gambar dan video adalah YouTube.

YouTube bisa dikatakan database video terlengkap dan kaya fitur di internet. YouTube adalah salah satu bentuk media sosial berbasis video dengan lebih dari satu miliar pengguna berdasarkan statistik situs webnya sendiri (David, Sondakh, & Harilama, 2017).

Pengaruh Terpaan.., Iryan Rivandi, Fakultas Komunikasi, 2022

Tidak seperti TV, pengguna Internet atau netizen dapat menonton video di perangkat seluler dari mana saja di Internet melalui platform video. Adanya teknologi wifi dan teknologi streaming mendukung perilaku tersebut. Selain itu, platform video di internet memungkinkan pengguna internet untuk memilih video yang ingin mereka tonton. Terdapat fitur video on Demand (VOD) di beberapa platform video, memungkinkan penonton untuk memilih video yang ingin mereka tonton. Salah satu platform paling populer adalah YouTube.



Gambar 1.1 Infografis Media Sosial Paling Populer di Indonesia, 2020-2021

Sumber: www.Berisatu.com

Berdasarkan infografis tersebut YouTube masih menjadi media sosial terpopuler di Tanah Air. Angka pengguna YouTube mencapai 94% dengan rentang usia berada di kisaran 16 hingga 64 tahun. Angka tersebut dikutip Berisatu.com berdasarkan survei yang dilakukai GWI pada triwulan ketiga 2020.

Pada tahun 2007 YouTube menggapai puncak kesuksesan dalam persaingan bisnis di internet, mereka mempunyai ribuan hingga jutaan member baik yang aktif ataupun yang tidak aktif di berbagai dunia. YouTube ialah web video yang sediakan bermacam data berbentuk, gambar bergerak serta dapat diandalkan. Web ini memanglah untuk mereka yang mau melaksanakan pencarian data video serta menontonnya langsung. Kita pula dapat mengunggah video ke server YouTube serta membaginya ke segala dunia (Baskoro, 2009: 58).

YouTube ialah salah satu wujud media sosial berbasis vedio yang mulai di rintis semenjak tahun 2005 kemudian. Dikutip dari statistik dalam situsnya sendiri, YouTube mempunyai lebih dari satu milyar pengguna yang ialah nyaris sepertiga seluruh pengguna internet. Sampai Maret 2015, pembuat konten di YouTube telah mengunggah 10.000 video serta sudah menciptakan lebih dari 1 miliyar kali penayangan dan waktu tonton lebih dari 70 juta jam, sebab membuat akun ataupun channel YouTube serta mencapi pelanggan ataupun penayangan dapat menghasilkan uang.

YouTube merupakan sebuah situs website yang digunakan untuk berbagi video di seluruh dunia. YouTube menyediakan forum dimana orang di seluruh dunia dapat berhubungan satu sama lain, berbagi informasi, dan berbagi hiburan. Saat ini, Youtube merupakan situs berbagi video paling dikenal dan paling banyak digunakan oleh masyarakat. Youtube merupakan salah satu platform online paling populer saat ini. Popularitasnya diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan jumlah pengguna. Bahkan, lembaga riset memprediksikan bahwa jumlah penggunanya akan mencapai angka 1,8 miliar pada tahun 2021 nanti. (Sumber : https://id.techinasia.com di akses pada 27 Agustus 2018).

Dari waktu ke waktu, terus menjadi banyak orang membuat akun Youtube yang membuka peluang selaku lapangan pekerjaan. Pengguna Youtube ataupun penontonnya sudah menjangkau rata- rata berumur 18 hingga 34 tahun. Bermacam-macam konten video dapat diakses dalam YouTube, mulai dari musik, style hidup, film, kabar serta data, gaming, berolahraga, serta vloghttps://youtube. com.

Dunia kreativitas di Indonesia saat ini terus menjadi tumbuh, salah satunya merupakan pertumbuhan kreativitas pada konten Youtube. Bagi Munandar (2009: 12), kreativitas merupakan hasil interaksi antara orang serta lingkungannya, keahlian untuk membuat campuran baru, bersumber pada informasi, data, ataupun unsur- unsur yang telah diperoleh ataupun diketahui, ialah seluruh pengalaman serta pengetahuan yang sudah diperoleh seorang sepanjang hidupnya baik itu area sekolah, keluarga, ataupun dari area masyarakat. Banyak pembuat video Youtube ataupun yang biasa dikenal dengan sebutan youtuber yang ramai- ramai bersaing

pada kekreativitasan dalam membuat konten yang diharapkan sanggup menarik atensi masyarakat.

Kreativitas ialah kunci utama dalam pembuatan konten, konten kreatif yang disukai banyak orang tentu kedepannya banyak yang membuat konten yang menyamai dalam jangka waktu yang lama. Konten yang kreatif umumnya lebih banyak memperoleh reaksi dari masyarakat.

Menurut dari halaman berita goodnewsfromindonesia.id bahwa saat ini, profesi sebagai YouTuber kian menjadi favorit bagi para pengguna gawai. Banyak *channel* YouTube yang menampilkan konten menarik hingga konten yang dirasa hanya sebatas tugas video yang harus di unggah ke internet. YouTuber ataupun Vlogger pun kian bersaing mencari konten yang dapat membuat *viewer* dan *subscriber* bertambah, sehingga semakin bertambah pula tawaran Google Ads. Konten yang dibuat mulai dari konten edukasi, informasi, hingga konten yang berisikan kegiatan makan besar. Namun, kini mulai muncul konten yang diadopsi dari Amerika Serikat yaitu konten model Podcast.

Gambar 1.2 Channel YouTube Deddy Corbuzier

Sumber: www. YouTube.com

Salah satu Channel YouTube yang memiliki 14,1M Subscribers yaitu akun milik Deddy Corbuzier dengan membuat konten Podcast sebagai sarana informasi dan edukasi bagi masyarakat, berhasil mendatangkan lawan bicara dari berbagai bidang, mulai dari dunia hiburan, selebgram, olahraga, hingga politikus, konten yang disajikan YouTube Deddy Corbuzier menjadi tempat untuk mereka bercerita dan curhat. Salah satu Channel Podcast di YouTube yang cukup terkenal di

kalangan masyarakat adalah podcast milik Deddy Corbuzier. Deddy adalah seorang artis dan juga pembawa acara program televisi. Deddy mulai menekuni dunia Podcast di Youtube pada tahun 2019 dan kemudian merambah pada aplikasi lain. Isi konten yang dibuat oleh Deddy berkaitan dengan berita atau isu yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat (Henry, 2019).

Channel Podcast Deddy Corbuzier saat ini sudah memiliki 400 *episode* lebih yang terdiri dari bermacam – macam konten di dalamnya. Target pendengar Deddy Corbuzier berasal dari semua kalangan, mulai dari anak muda hinga orang dewasa. Para pendengar di Channel Podcast Deddy Corbuzier adalah Mahasiswa. Podcast dibuat sebagai pemenuhan kebutuhan informasi bagi para pendengarnya.

Menurut (Widyatama, 2009:150) Terpaan informasi yang dilakukan di sebuah media mampu mendorong kesadaran simbolik, kemudian kesadaran ini menimbulkan kesadaran konsumtif menggiring konsumen pada kesadaran aktual. Selain itu menurut Resengren dalam Rakhmat (2009: 66). Terpaan media juga dapat diukur melalui dimensi seperti frekuensi, durasi dan atensi. Intensitas menonton diartikan bukan hanya sekedar melihat sebuah tayangan namun juga secara intens memperhatikannya. Dalam menentukan intensitas seseorang dalam mengakses media dapat ditentukan dengan: penggunaan media, frekuensi pengunaan media, durasi seseorang berinteraksi dengan media(Sari, 1993 : 29).

Terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana orang diterpa oleh isi media atau bagaimana isi media menerpa audiens. Seseorang yang diterpa oleh media menurut Rosengren (dalam Indra Handayani, 2015:17) terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam mengakses media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Jadi bisa disimpulkan bahwa semakin lama seseorang mengakses media (frekuensi dan durasi dalam jangka waktu lama) maka semakin banyak lah terpaan informasi yang diterimanya.

Namun masalah yang akan kemudian muncul semakin banyaknya konten yang tersedia, maka para audiens harus lebih cermat dalam mengambil suatu informasi, melakukan filter pada sesatnya informasi yang tidak didasarkan atas fakta dan data yang belum diyakini kebenarannya.Menurut kalimat yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan (1964), *"the medium is the message"* yang

mengimplikasikan bahwa media juga memanipulasi gambaran kita mengenai diri kita, orang lain, masyarakat, bahkan dunia dengan memanfaatkan kesadaran dan mengarahkan persepsi kita.

Kemudian, peneliti mencoba melakukan wawancara pra-penelitian kepada 100 Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Univesitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016-2020. Dari hasil wawancara tersebut, mereka hampir sama, mereka mengatakan bahwa mengetahui Channel YouTube Deddy Corbuzier tersebut dengan banyaknya konten – konten yang tersedia di Channel YouTubenya.

Didalam proses komunikasi, seseorang mendapatkan berbagai macam informasi mengenai lingkungan sekitarnya. Opini atau fakta baik yang disampaikan dalam format informatif, edukatif ataupun hiburan merupakan sebuah informasi dalam proses komunikasi. Bagi para individu terlebih khususnya para remaja, informasi tersebut nantinya akan membentuk bagaimana seseorang menilai suatu hal, informasi, situasi atau peristiwa agar memutuskan sikapnya (Effendi, 1989: 76).

Berdasarkan penjabaran yang sudah peneliti jelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk membahas "**Pengaruh Terpaan Channel Youtube Deddy Corbuzier Periode 2021 Terhadap Kognitif Mahasiswa"** dengan Studi Kuantitatif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angakatan 2016 – 2020.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasikan sebagai berikut:

1. Seberapa Besar Pangaruh Frekuensi Channel YouTube Deddy Corbuzier Periode 2021 Terhadap Kognitf Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016–2020?
2. Sebeapa Besar Pengaruh Durasi Channel YouTube Deddy Corbuzier Periode 2021 Terhadap Kognitif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016–2020?

3. Seberapa Besar Pengaruh Atensi Channel YouTube Deddy Corbuzier Periode 2021 Terhadap Kognitif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016-2020?

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka fokus rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: **"Seberapa Besar Pengaruh Terpaan Channel Youtube Deddy Corbuzier Periode 2021 Terhadap Kognitif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angakatan 2016–2020?"**.

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tentang besarnya Pengaruh Terpaan Channel YouTube Deddy Corbuzier Periode 2021 Terhadap Kognitif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016–2020.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Praktis

   Penelitian ini dibuat agar bisa menjadi pengetahuan bagi para pembaca mengenai pengaruh Terpaan channel Youtube terhadap kognitif seseorang setelah menonton tayangan di *Social Media* YouTube. Peneliti berharap, penelitian ini dapat memberikan manfaat dan saran untuk berbagai pihak yang membutuhkan pengetahuan tentang tema penelitian ini.

2. Secara Teoritis

   Penelitian ini dibuat sebagai referensi bagi para peneliti lain mengenai pengaruh Terpaan channel YouTube terhadap kognitf seseorang setelah menonton tayangan di *Social Media* YouTube. Peneliti berharap, jika penelitian ini dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya yang akan membahas dengan tema yang serupa secara teoritis dan juga menambah ilmu pengetahuan dan wawasan pada penelitian Ilmu Komunikasi.