

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tren pada saat ini adalah semakin banyak orang, khususnya di Indonesia, yang memelihara hewan eksotis. Menurut Shufoka et.al beberapa pembeli dan pemelihara hewan eksotis sengaja memelihara hewan tersebut ketika ingin memperoleh pengalaman yang berbeda, yaitu dengan memelihara hewan yang umum di pelihara seperti kucing ataupun anjing (Lo, 2021). Berdasarkan data BPS Indonesia total impor satwa eksotik melebihi USD 52 juta pada Juli 2020 dengan kura-kura adalah satwa yang paling banyak diimpor, hal ini dikarenakan permintaan satwa eksotik yang terus meningkat (Lo, 2021).

Faktor media sosial menjadi salah satu faktor dapat menarik minat masyarakat untuk memelihara hewan eksotis. Menurut Moloney dkk (2020), kepopuleran video yang menggambarkan hewan eksotik di saluran Youtube menjadikannya salah satu platform yang menawarkan harga tertinggi untuk hewan eksotik (Lo, 2021).

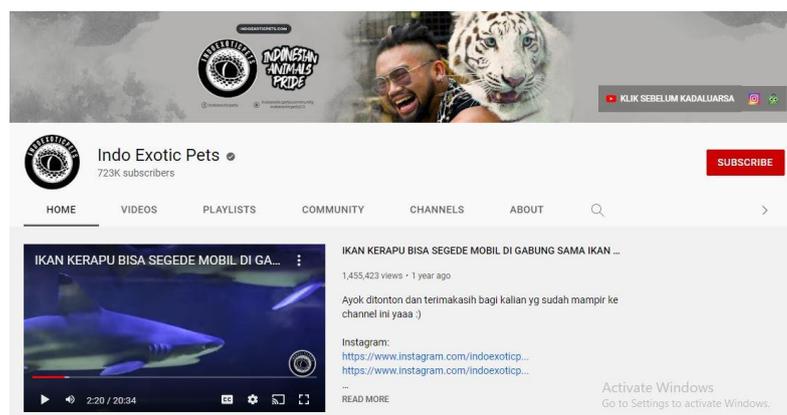
Salah satu bentuk komunikasi publik yang paling banyak digunakan adalah media sosial, dimana media sosial diketahui memiliki sumber yang tanpa batas yang dapat membuat *positioning* media komunikasi tersebut lebih mendominasi. Sebagai contoh yang dapat kita temui setiap harinya yaitu televisi yang merupakan media komunikasi audio visual yang saat ini sudah bersaing dengan kemunculannya media komunikasi Youtube. Pada saat ini konten-konten yang ditampilkan di dalam Youtube menjadi konsumsi informasi utama setiap masyarakat Indonesia dalam bersosial media. Saat ini, pengguna dapat dengan cepat mengakses berbagai jenis konten Youtube, termasuk video musik, film, berita, olahraga, video gaya hidup, game, dan bahkan *Vlog*. Sederhananya, *Vlog* adalah *Blog* yang telah diformat sehingga dapat dilihat sebagai video. Ini merupakan kumpulan cerita tentang ide, pemikiran, dan aktivitas sehari-hari yang sering ditulis di situs *Blog*. Sejak munculnya Youtube pada tahun 2005, *Vlogging* menjadi semakin populer dan dicintai oleh banyak pengguna Youtube (E. R. David et al., 2017).

Di Indonesia, jumlah *Vloggers*, atau mereka yang membuat *Vlog*, akhir-akhir ini meningkat. Membuat *Vlog* ini sederhana karena yang anda butuhkan hanyalah alat

perekam dan kapasitas untuk membahas topik yang dianggap cocok untuk *Vlog*, seperti kehidupan sehari-hari, hobi, atau tren saat ini.

Lebih dari jutaan saluran di Youtube memiliki konten berbasis *Vlog*, begitu juga dengan *Indoexoticpets*. *Indoexoticpets* merupakan salah satu channel *Youtube* pertama di Indonesia yang kontennya di khususkan untuk membahas dan memberikan edukasi kepada masyarakat melalui media sosial seputar hewan-hewan eksotis. *Vlog Indoexoticpets* sebagian besar menggambarkan kekhasan hewan eksotis dan bagaimana mereka dapat dirawat dengan perawatan yang tepat. Kemudian, *Indoexoticpets* dapat memberikan informasi, persepsi, dan keahlian tentang hewan, khususnya hewan eksotis. Selain itu, *Indoexoticpets* juga sering meliput atau “gerebek” para *hobbies* dan peternak hewan-hewan eksotis ini guna mengedukasi masyarakat bahwa hewan-hewan eksotis banyak peminatnya dan ada yang beternak hewan tersebut. Lalu, *Indoexoticpets* memiliki konten hiburan yaitu *Unboxing* hewan-hewan yang baru saja mereka miliki dan video-video reaksi (*reaction videos*) tentang isu-isu dan berita-berita yang bersangkutan dengan hewan eksotis di Media Sosial. Hal ini yang mengakibatkan minat masyarakat terhadap hewan eksotis semakin baik.

Berdasarkan statistik Youtube, *Indoexoticpets* sudah bergabung dengan Youtube semenjak 3 Agustus 2015 dan sampai saat ini sudah mendapat jumlah pengikut (*Subscriber*) sebanyak 723.000 *Subscriber* dan total penonton kontennya di angka 78.828,702 penonton, dengan video paling banyak di tonton berjumlah 2,5 juta view (Youtube, 2022). Gambar berikut menunjukkan informasi lebih lanjut:



Gambar 1.1 Channel Youtube *Indoexoticpets*

Sumber : <https://Indoexoticpets.com/>, (2022)

Sesuai penjelasan diatas diketahui bahwa, juga berdasarkan gambar 1.3 *Indoexoticpets Channel Youtube* yang berfokus pada mendidik masyarakat dan

mengubah pandangan masyarakat terhadap makhluk hidup lain yaitu hewan khususnya hewan eksotis. Selain itu *Indoexoticpets* juga menyuguhkan tayangan yang bersifat hiburan demi mengedukasi masyarakat tentang hewan-hewan eksotis.

Berikut perbandingan channel *Indoexoticpets* dengan channel lain yang membahas hewan eksotis pada Youtube di Indonesia, yaitu :

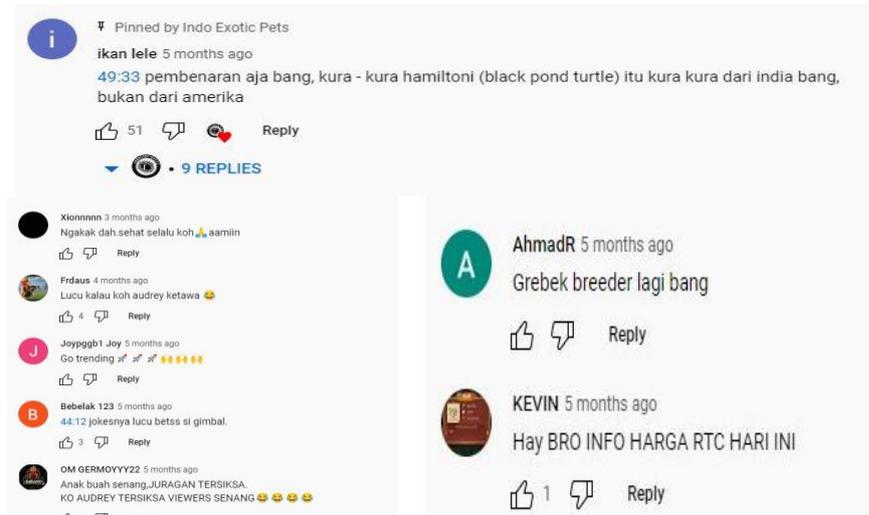
Tabel 1.1 Perbandingan Channel *Indoexoticpets* Dengan Channel Lain Yang Membahas Hewan Eksotis

CHANNEL	TANGGAL BERDIIRI	JUMLAH SUBSCRIBER
Indoexoticpets	03 Agustus 2015	819.000
De Hakim	02 Februari 2018	9.130.000
Panji Petualang	16 Maret 2017	9.550.000
Alshad Ahmad	24 Juni 2020	6.120.000
Galuh Cuisine	16 Januari 2017	1.570.000

Sumber : Yotube

Berdasarkan tabel diatas diketahui perbandingan channel *indoexoticpets* dengan channel lain yang khusus membahas tentang hewan eksotis di Indonesia, dimana channel *Indoexoticpets* merupakan channel youtube pertama yang secara khusus membahas mengenai hewan eksotis di Indonesia meskipun tidak memiliki jumlah pengikut sebanyak channel yang dipaparkan diatas. Hal ini membuktikan bahwa channel *Indoexoticpets* merupakan salah satu channel pertama yang membahas hewan eksotis di Indonesia.

Para pengikut *Channel Indoexoticpets* memiliki tujuan yang berbeda-beda pada saat mereka menonton konten yang di buat oleh *Indoexoticpets* Ada *subscriber* yang menonton untuk memenuhi kebutuhan informasi, sekedar hiburan hingga menyatakan pendapatnya. Seperti gambar di bawah, beberapa *subscriber* menuliskan komentarnya di kolom komentar yang tersedia di *Channel Youtube Indoexoticpets* untuk merespon konten *Vlog* pada *Youtube Indoexoticpets*. Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti ingin melihat apa yang menjadi motif terbesar dari pengikut *Channel Youtube Indoexoticpets*.



Gambar 1.2 Kolom Komentar *Indoexoticpets*

Sumber : Youtube (2022)

Penelitian ini akan dilakukan pada sebuah komunitas pencinta hewan eksotis terutama hewan reptil yang bernama Reptile X Indo Community. Reptile X Indo Community merupakan komunitas pencinta hewan eksotis yang terbentuk dari tahun 2021 melalui aplikasi Media Sosial grup *WhatsApp*. Komunitas Reptile X Indo Community di ketuai oleh Axcel Agustian dan komunitas tersebut aktif untuk berdiskusi mengenai hewan-hewan eksotis. Seperti yang sudah dijelaskan diatas, maka perkembangan dan pertumbuhan konten *Vlog* pada *Youtube* akan menjadi sumber utama akan informasi bagi masyarakat yang menonton suatu konten.

Hal tersebut juga terjadi pada Anggota Komunitas Hewan Online Reptile X Indo Community dimana dalam kehomogenan mereka ketika sama-sama menyukai konten vlog *Youtube Indoexoticpets* sebenarnya terdapat motif yang heterogen pada diri masing-masing khalayak.

Dari uraian di atas, diketahui konten vlog *YouTube Indoexoticpets* memiliki banyak anggota yang memilih untuk menonton konten tersebut. Hal ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification* bahwa penonton berperan aktif dalam memilih media yang akan mereka konsumsi (media massa). Sejalan dengan penelitian ini, peneliti memilih teori *use dan gratification* sebagai alasan, karena anggota Komunitas Hewan Online Komunitas Reptil X Indo sebagai khalayak mengalami sesuatu yang konsisten dengan teori tersebut, oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* sebagai landasan teori.

Menurut Dennis McQuail (1987:70) dalam buku terjemahan yang berjudul *Teori Komunikasi Massa* mengatakan bahwa Teori *Uses and Gratification* berbicara

mengenai peran pengguna yang sangat aktif dalam memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media atau yang disebut dengan audiens berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya. Pendekatan ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media terhadap pengguna media, tetapi terhadap apa yang dilakukan pengguna media kepada media. Asumsi ini menyiratkan pengertian bahwa konsumsi sebuah media oleh pengguna media diarahkan oleh motif. Jika sebuah motif seorang individu sudah terpenuhi maka seseorang tersebut akan mencapai sebuah kepuasan dalam mengonsumsi sebuah media. Jenis motif dan kepuasan begitu beragam dan tidak terbatas, oleh sebab itu Dennis McQuail (1987:72) membaginya menjadi empat kelompok besar yaitu :

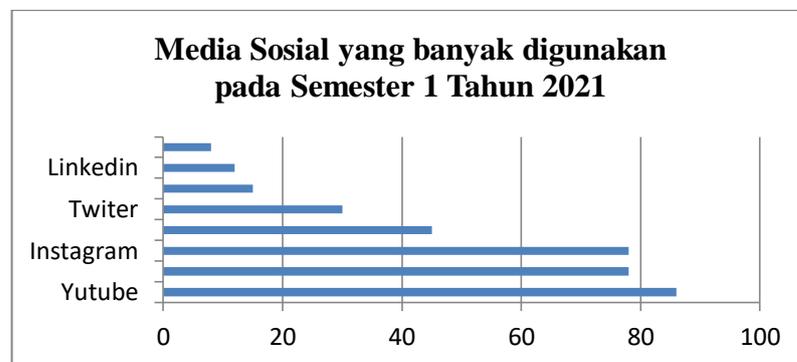
1. Motif informasi
2. Motif identitas pribadi
3. Motif integrasi dan interaksi sosial
4. Motif hiburan.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut setiap individu memiliki motif atau dorongan yang berbeda-beda. Kebutuhan tersebut melahirkan sebuah motif yaitu suatu kekuatan penggerak dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak atau melakukan sesuatu. Begitu juga dengan media massa para khalayak juga memiliki motif yang berbeda-beda dalam memilih jenis media massa yang akan dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan mereka.

Bedasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hariyanto & Mariyanto (2020), menunjukkan hasil bahwa motif menonton *Vlog* di Youtube dengan objek penelitian “Motif Menonton *Vlog* Keluarga Beti Arief Muhammad” hasil yang paling dominan adalah motif interaksi sosial dan motif hiburan. Informan pada penelitian tersebut menilai menonton *Vlog* Keluarga Mak Beti mempunyai nilai hiburan dan memudahkan para informan untuk berinteraksi dengan sesamanya dalam membahas keunikan yang terkandung dalam *Vlog* tersebut. Lalu, pada penelitian “Motif dan Kepuasan Anak Muda di Kota Denpasar Menonton *Mukbang* Farida Nurhan Melalui Platform Youtube” yang dilakukan oleh Gusti Agung Putri Dinda Kartika et al (2022), menghasilkan kesimpulan bahwa motif hiburan dan informasi yang mendorong anak muda di Denpasar ingin menonton konten *Mukbang* yang dibuat oleh Farida Nurhan.

Bedasarkan penelitian sebelumnya, dapat penulis simpulkan bahwa khalayak memiliki motif yang berbeda-beda dalam menonton *Vlog* di Youtube. Hal ini tergantung dengan golongan apa yang menonton konten tersebut dan *Channel* apa yang mereka tonton. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian terhadap komunitas pencinta reptil untuk melihat motif apakah yang timbul saat mereka menonton *Vlog Indoexoticpets* di Youtube.

Menurut databoks.katadata.co.id (2021), mereka melakukan survei terhadap 2.321 responden dari 33 Provinsi di Indonesia pada tahun 2021, Youtube menjadi *platform* yang paling banyak di akses dengan presentasi 82% dari 100 %. Sebagian besar responden mengakses Youtube untuk hiburan dengan jumlah presentase 65% dan 56 % responden mengakses Youtube untuk kebutuhan informasi.



Gambar 1. 3 Data Media Sosial yang terbanyak di gunakan
Sumber : databoks.katadata.co.id, (2021)

Bedasarkan data dan penelitian terdahulu yang di lakukan terhadap media sosial Youtube dapat peneliti garis bawahi bahwa masyarakat khususnya di Indonesia memilih menggunakan Youtube sesuai dengan kebutuhannya yaitu untuk kebutuhan hiburan dan mencari informasi.

Dari uraian di atas, diketahui konten konten *Vlog Youtube Indoexoticpets* memiliki banyak anggota yang memilih untuk menonton konten tersebut. Sejalan dengan penelitian ini, peneliti memilih teori *Uses and Gratification* sebagai alasan, karena anggota Komunitas Hewan Online Komunitas Reptil X Indo sebagai khalayak mengalami sesuatu yang konsisten dengan teori tersebut, oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* sebagai landasan teori.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut setiap individu memiliki motif atau dorongan yang berbeda-beda. Hal tersebut juga terjadi pada Anggota Komunitas Hewan Online Reptile X Indo Community dimana dalam kehomogenan mereka ketika

sama-sama menyukai konten *Vlog Youtube Indoexoticpets* sebenarnya terdapat motif yang heterogen pada diri masing-masing khalayak.

Di dalam Komunitas Reptile X Indo Community para anggota di dalamnya memiliki kebutuhan yang berbeda di saat menonton *Vlog* dari Channel *Indoexoticpets*. Beberapa anggota sering membagikan video *Vlog Indoexoticpets* melalui grup *WhatsApp* tentang informasi-informasi seputar hewan eksotis seperti cara men-*Set up* kandang hewan yang benar atau cara memelihara hewan reptile yang baik seperti apa melalui konten dari *Indoexoticpets*. Tetapi, beberapa anggota di grup Reptile X Indo Community juga sering membagikan konten-konten dari *Indoexoticpets* seperti grebek penangkaran hewan atau video-video reaksi terhadap hewan eksotis yang di pandu oleh Audrey.A selaku *host* di dalam *channel Youtube Indoexoticpets*. Dengan adanya kasus tersebut yang membuat peneliti ingin melakukan penelitian pada komunitas Reptile X Indo untuk mengetahui motif apa yang paling mendasari para anggota komunitas memilih menonton *Channel Youtube Indoexoticpets*.

Bedasarkan uraian di atas, penelitian ini layak untuk di lakukan dengan judul utamanya **“Motif Menonton Konten Vlog Pada Youtube Indoexoticpets di Kalangan Anggota Komunitas Hewan Online Reptile X Indo Community”**. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menjelaskan fenomena yang terjadi pada penelitian ini.

Penelitian ini layak di lakukan karena belum adanya penelitian sebelumnya yang membahas tentang motif para anggota komunitas reptil yang mengikuti konten *Vlog* yang di miliki oleh *channel Indoexoticpets* di *Youtube*. Lalu, penelitian ini penting untuk di lakukan untuk membahas lebih dalam motif apa saja dari para anggota komunitas dalam menonton *Vlog Indoexoticpets* di *Youtube* sesuai dengan teori *Uses and Gratification*.

1.2. Perumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti motif apa yang paling mendasari dari pengikut atau *subscriber Youtube Indoexoticpets*. Untuk mencari motif apa yang paling mendasari dari penelitian ini, peneliti akan mengkajinya dengan motif-motif yang sesuai dengan teori motif pengonsumsi media yang di cetuskan oleh Mc Quail. Maka, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Motif menonton apakah yang mendasari anggota Komunitas Hewan Online Reptile X Indo Community dalam menonton konten *vlog* pada *youtube indoexoticpets*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui motif apa yang paling mendasari berdasarkan teori motif pengonsumsian media Mc Quail dari pengikut *channel Youtube Indoexoticpets*. Untuk itu, peneliti harus menjabarkan 4 motif pengonsumsian media agar dapat mengetahui motif apa yang paling besar dan mendasari penelitian ini. Maka dari itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif menonton yang paling mendasari dari anggota Komunitas Hewan Online Reptile X Indo Community dalam menonton konten *vlog* pada *youtube indoexoticpets*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Aspek Teoritis

Tujuan dari aspek teoritis adalah untuk menyajikan teori-teori yang telah diperoleh melalui partisipasi dalam persuasi. memberikan informasi mengenai media komunikasi Youtube khususnya dalam mengetahui motif dari penonton media tersebut dan memberikan informasi bagi mahasiswa/i yang sedang mencari informasi mengenai hubungannya dengan komunikasi saat ini serta sebagai Tugas Akhir pada Pendidikan S1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Telkom University.

1.4.2. Aspek Praktis

Adapun aspek praktis pada penelitian ini bisa menjadi sumber bagi *Indoexoticpets* dalam membangun strategi, ide, dan kemitraan untuk memproduksi video Youtube. Selain itu, aspek praktis yang diproyeksikan dari penelitian ini juga dapat diterapkan sebagai taktik terbaik untuk mencapai hasil yang diinginkan.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sebuah komunitas pencinta hewan eksotis yang berbasis *online*, yaitu Reptile X Indo Community. Penelitian ini dilakukan melalui media sosial WhatsApp, yaitu melalui grup WhatsApp yang dimana member atau anggota dari Reptile X Indo tersebar dari seluruh daerah di Indonesia. Penelitian ini di mulai pada bulan Juli 2022 hingga bulan Februari 2023.

Tabel 1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Jul 2022	Agus 2022	Sept 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023
1	Mencari ide atau gagasan suatu fenomena dan menentukan topik iudul penelitian									
2	Observasi data dan pengkajian penelitian terdahulu									
3	Menyusun seminar proposal bab 1 – bab 3									
4	<i>Desk Evaluation</i>									
5	Menyusun bab 4 – bab 5 dan penyebaran quisioner									
6	Sidang Skripsi									