

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai akibat dari zaman yang semakin maju dan pesat. Evolusi internet pada akhirnya mengubah cara orang berkomunikasi. Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat kini dapat memperoleh berbagai macam informasi dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Berbagai jenis informasi dapat dengan mudah diperoleh, dan informasi tersebut dapat diterima melalui alat komunikasi seperti internet.

Istilah *interconnection networking* mengacu pada jaringan komputer yang menggunakan protokol internet (IP) untuk menghubungkan miliaran pengguna dari seluruh dunia. Rangkaian jaringan terbesar itulah yang disebut sebagai internet itu sendiri. Dilansir dari Sekawanmedia.co.id, pada tahun 1960-an, Departemen Pertahanan Amerika menciptakan sistem navigasi yang dapat membantu pengguna menemukan apa yang mereka cari melalui ARPA (*Advanced Research Project Agency*). Hal tersebut merupakan awal mula lahirnya *Internet Explorer* seperti Google, Yahoo, dan Microsoft. Internet sendiri mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1994 (Adani, 2020).

Internet merupakan teknologi yang paling populer di kalangan masyarakat umum. Internet, sebagai komponen teknologi, memiliki potensi untuk mendorong interaksi sosial baru antar manusia yang sebelumnya hanya dapat berkomunikasi secara tatap muka, kini dapat berinteraksi tidak hanya secara tatap muka tetapi juga melalui media sosial. Kehadiran internet membantu menghubungkan antar manusia dari seluruh dunia yang sebelumnya tidak dapat berkomunikasi dan kini dapat berkomunikasi melalui jaringan internet. Interaksi antar manusia merupakan kebutuhan hidup akan kebutuhan akan informasi, dan internet berperan penting dalam memenuhi kebutuhan tersebut (Alyusi, 2018).

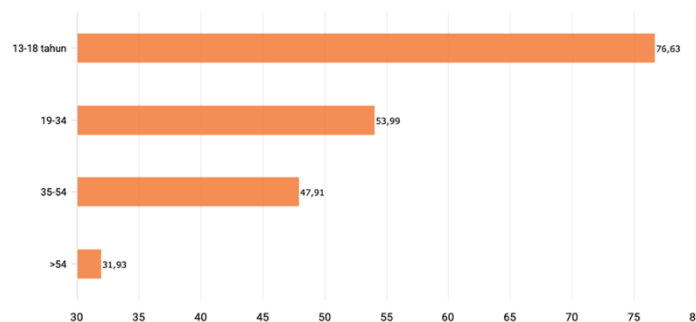
Kehidupan masyarakat telah diperkaya dengan diperkenalkannya media baru atau *new media* sejak munculnya internet. Kehadiran media baru memudahkan komunikasi manusia ke manusia. Media baru (*new media*) mulai muncul secara historis sejalan dengan munculnya era internet. Media baru adalah media yang tercipta sebagai hasil dari digitalisasi perkembangan teknologi. *New media* memberikan pilihan *interactivity*, *development of network*, *digitalization* dan *convergence* dalam menyampaikan pesan. Hal ini membuat para pengguna *new media* mendapatkan berbagai pilihan mengenai informasi yang akan diterima, dan mengendalikan

informasi yang akan diserap oleh pengguna. Menurut (Flew, 2005) kemampuan tersebut merupakan konsep dari *new media*.

Internet merupakan jaringan komputer yang dapat diakses di seluruh dunia. Sejak kehadiran internet, media sosial hadir dan merubah cara masyarakat dalam berkomunikasi. Komunikasi dapat terjadi kapan saja, dimana saja, tidak terhalang jarak, waktu, ruang dan tidak hanya terjadi saat bertatap muka. Berkembangnya media sosial secara pesat perlahan-lahan membuat media komunikasi konvensional menjadi terancam keberadaannya.

Internet berubah menjadi ancaman bagi media massa. Media sosial menjadi lebih unggul karena memiliki keunggulan dapat diakses dengan mudah oleh para penggunanya. Media massa perlahan-lahan mulai tersingkirkan oleh internet dan secara tidak langsung masyarakat pun melakukan digitalisasi media. Kini TV dan radio dapat dengan mudah diakses melalui internet. Berkembangnya teknologi pada akhirnya membuat masyarakat lebih memilih yang lebih efisien (Setiowati et al., 2021).

Perkembangan internet yang semakin berkembang membuat media online mengalami perubahan dengan hadirnya media *Vlog*. *Vlog* merupakan salah satu bentuk perkembangan dalam komunikasi. Jika dahulu informasi hanya didapatkan melalui televisi, radio, dan surat kabar, seiring berjalannya waktu, perkembangan dunia informasi dan komunikasi membuat masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi, hanya dengan menggunakan teknologi seperti *handphone*, laptop, tablet, dan lain-lain.



Gambar 1. 1 Penggunaan Internet Berdasarkan Usia

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>)

Dilansir dari Databoks.katadata.co.id, berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilakukan pada 11 Januari sampai dengan 24 Februari 2022 menunjukkan bahwa sebanyak 76,63% kelompok umur 13-18 tahun mengalami peningkatan penggunaan internet. Disusul oleh kelompok umur 19-34 tahun dengan persentase sebesar 53,99% dan diikuti oleh kelompok umur 35-54 tahun dengan

persentase sebesar 47,91% dan kelompok umur dengan persentase terendah adalah kelompok umur >54 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet terbanyak masih dipegang oleh kelompok umur 13-18 tahun yang mana dapat disebut dengan remaja (Pahlevi, 2022).

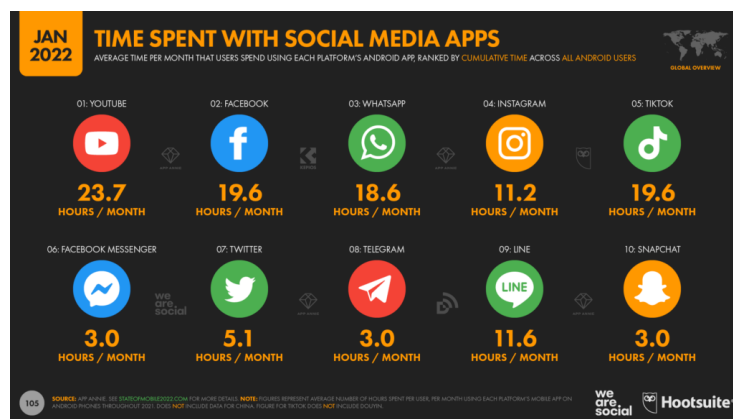
Pada akhirnya, masyarakat lebih memilih membawa sesuatu setiap saat dan di tempat mana pun, seperti ponsel. Masyarakat dapat memperoleh konten hiburan melalui perangkat mobile sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Apa yang orang tidak bisa dapatkan melalui TV atau bentuk media massa lainnya, bisa mereka dapatkan.



Gambar 1. 2 Logo YouTube

(Sumber: [www.youtube.com](http://www.youtube.com))

Dan hal ini ditunjukkan dengan hadirnya aplikasi YouTube. YouTube merupakan media sosial berbasis video membantu masyarakat dalam memudahkan masyarakat dalam mengakses pemenuhan kebutuhan hiburan tanpa televisi. Hal ini semakin terlihat jelas bahwa media televisi yang mulai bersaing dengan kehadiran sosial media secara audio-visual seperti YouTube dalam menyampaikan kebutuhan pemenuhan hiburan secara audio-visual (David et al., 2017).

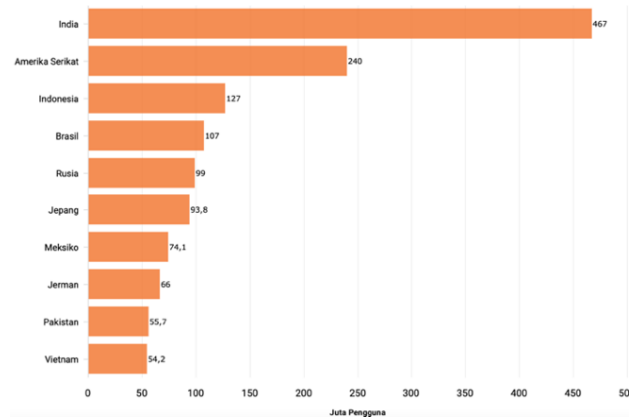


Gambar 1. 3 Waktu Penggunaan Media Sosial

(Sumber: <https://wearesocial.com/>)

Menurut *We are Social*, YouTube merupakan media sosial yang memiliki waktu penggunaan paling tinggi oleh pengguna media sosial lainnya pada bulan Januari 2022. Data

tersebut menunjukkan bahwa YouTube memperoleh rata-rata sekitar 23.7 jam/bulan pengguna menggunakan media sosial YouTube dalam satu bulannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna media sosial YouTube merupakan salah satu media sosial dengan pengguna dan pengunjung yang aktif.



Gambar 1. 4 Negara Pengguna YouTube Terbesar

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>)

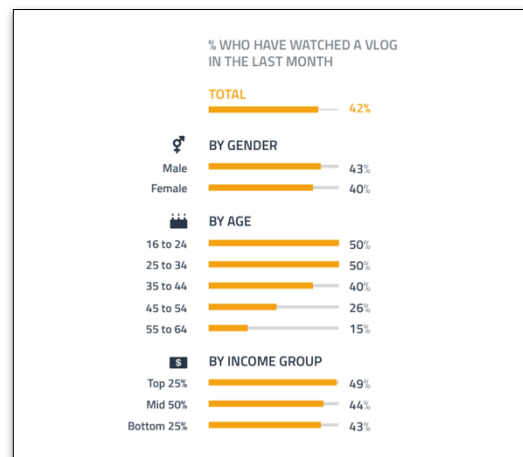
Dilansir dari Databoks.katadata.co.id, berdasarkan data dari *Global Media Insight*, Indonesia menempati posisi ketiga dalam negara pengguna sosial media YouTube terbesar dengan jumlah pengguna sebesar 127 juta pengguna per April 2022 (Dihni, 2022). Dikutip dari Tribunnews.com, YouTube pada tahun 2020 memiliki 600 juta *channel* yang memiliki kurang lebih 1 juta *subscriber* per *channel* (Arifin, 2020). Pembuat konten di YouTube dapat menghasilkan uang dari pengguna yang berlangganan dan menonton konten yang telah dibuat oleh pembuat konten. Hal ini membuat semakin banyak orang yang memanfaatkan YouTube sebagai lapangan pekerjaan. YouTube dapat dengan mudah diakses oleh penonton baik anak-anak maupun orang dewasa. Beragam konten video dapat ditonton dalam YouTube, mulai dari berita, olahraga, film pendek, *gaming*, dan *vlog*.

Salah satu konten yang tersedia dan ramai diminati di YouTube pada saat ini adalah konten *vlog*, *vlog* merupakan video yang memiliki tema yang beragam dan dikemas dengan konsep dokumentasi yang diunggah dalam sebuah website. *Vlog* pada umumnya berisi mengenai opini, hiburan, ataupun pemikiran, tayangan *vlog* hampir serupa dengan tayangan yang ada di televisi walaupun proses penyuntingannya tidak serumit tayangan televisi.

Perkembangan YouTube dan menonton *vlog* telah menjadi kebiasaan di masyarakat. Fenomena ini secara tidak langsung telah merubah cara remaja dalam mendapatkan hiburan.

Dalam fenomena YouTube dan *vlog*, masyarakat dapat dengan mudah mengakses konten hiburan seperti *vlog*. Dalam *vlog*, siapapun memiliki hak untuk membuat konten, hal ini didukung berdasarkan konten yang diminati oleh masyarakat.

Dilansir dari *Global Web Index*, dua dari tiga pengguna internet (65%) menonton tayangan *vlog* (Mander, 2015). Seiring dengan berkembangnya YouTube, tayangan *vlog* semakin beragam. Tampilan kehidupan pribadi menjadi salah satu konten yang diminati oleh masyarakat. Vlogger memulai kontennya dengan berbagi hobi, ilmu, dan juga hiburan seperti make-up, traveling, resep masakan, dan lain-lain (Wycroft, 2015).



Gambar 1.5 Penonton tayangan vlog  
(Sumber: *Global Web Index*, 2015)

*Vlog* berhasil menciptakan tren baru bagi masyarakat. Dilansir dari *Global Web Index*, menunjukkan bahwa usia penonton yang mengakses vlog pada Januari 2015, didominasi oleh pengunjung berusia 16-24 tahun dan 25-34 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa vlog merupakan konten yang diminati oleh berbagai rentang usia (Wycroft, 2015).

YouTube dan konten *vlog* mengubah budaya masyarakat dalam mendapatkan informasi dan hiburan. Saat ini dunia berada di tengah revolusi media sosial, media sosial digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi (Dowerah Baruah, 2012). YouTube mendorong pengguna untuk berinteraksi dengan vlogger sebagai sumber informasi dengan menyediakan tombol berlangganan agar pengguna tidak ketinggalan konten terbaru. Hal ini menjadi alasan mengapa *vlog* digemari oleh masyarakat saat ini (CfDS, 2017).

Saat ini di Indonesia, YouTube merupakan media sosial berbasis video favorit masyarakat. Banyaknya *content creator* di media sosial YouTube membuat masyarakat tidak bosan dan memiliki banyak pilihan dalam mengakses konten hiburan yang dibutuhkan. Salah

satu *content creator* yang memiliki banyak peminat adalah Jerome Polin Sijabat, atau yang lebih dikenal dengan Jerome Polin. Ia memiliki YouTube *channel* dengan nama Nihongo Mantappu dan sudah memiliki 10 juta *subscribers* dan sudah mengupload lebih dari 1000 video di *channel* YouTube nya.

Dikutip dari theAsianparent.com, Jerome Polin merupakan seseorang berpendidikan tinggi dan terkenal akan kecerdasannya. Ia merupakan *content creator* yang selalu membuat konten positif. Ia juga mendapatkan beasiswa untuk melanjutkan studinya di Jepang dan sebelumnya ia juga pernah mendapatkan juara Olimpiade pada tahun 2006 dan 2015. Selain pintar di bidang akademik, Jerome Polin juga mahir dalam menggunakan beberapa hal seperti menyanyi, bermain piano, basket dan sepak bola (Pertiwi, 2021). Hal ini menjadikan Jerome Polin digemari oleh remaja karena ia memiliki semangat yang besar dalam mencapai impiannya.

Jerome Polin memulai *channel* YouTube nya pada 12 Desember 2017. Dalam *channel* YouTube nya ia berbagi berbagai macam konten seperti seputar kehidupannya selama menjadi mahasiswa di Jepang, belajar matematika, kuliner, berbagi keindahan wisata di Jepang, budaya Indonesia dan budaya Jepang dan lain-lain. Video YouTube pertama Jerome Polin dalam YouTube nya adalah pengenalan bahasa Jepang dan cara belajar bahasa Jepang yang benar.

Menurut teori *uses and gratification*, pengguna media memainkan peran penting dalam media yang mereka pilih. Pengguna bebas memilih sumber terbaik untuk kebutuhan mereka. Hal tersebut terjadi karena pengguna memiliki tujuan dalam menggunakan media. Seperti motif penggunaan dalam media dalam mengakses hiburan, edukasi, berita dan lain-lain sesuai dengan kebutuhan pengguna (McQuail, 2011).

Pemenuhan kebutuhan menurut (Altman et al., 1985) merupakan usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satu kebutuhan yang diperlukan manusia adalah kebutuhan hiburan. Berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Rizca Haquq, Sri Hastjarjo dan Yulius Slamet dengan judul *Teenagers Entertainment Satisfaction in Watch Talkshow Program through YouTube*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberadaan media YouTube memenuhi kepuasan serta kebutuhan hiburan yang dibutuhkan oleh pengguna YouTube. Kehadiran media YouTube membantu penonton dapat keluar dari permasalahan yang sedang dialami. Hal ini menunjukkan pengguna YouTube memiliki ketertarikan yang kuat terhadap penggunaan media YouTube dalam memenuhi kebutuhannya (Haquq et al., 2019).

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu perbedaan tujuan penelitian, penelitian tersebut meneliti mengenai kepuasan hiburan remaja terhadap

program *talkshow* melalui YouTube, sedangkan penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh konten YouTube terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan. Sedangkan persamaan dari penelitian diatas adalah konten hiburan yang terdapat di YouTube. Yang mana dijelaskan pada penelitian diatas bahwa program *talkshow* dapat memenuhi kebutuhan hiburan remaja.

Berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Desy Hardiyanti Siregar dengan judul Tayangan *Stand Up Comedy* dan Pemenuhan Kebutuhan Hiburan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara tayangan *Stand Up Comedy* di Metro TV dengan pemenuhan kebutuhan hiburan mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara yang menunjukkan bahwa hiburan akan musik, tayangan komedi maupun drama televisi sebagai beberapa aspek yang dibutuhkan oleh para mahasiswa FISIP USU. Kebutuhan hiburan merupakan salah satu usaha mahasiswa FISIP USU untuk melepaskan beban pikiran, tekanan dari lingkungan ataupun teman-teman (Siregar, 2015).

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu perbedaan pada variabel X. Penelitian tersebut membahas mengenai tayangan *Stand Up Comedy*, sedangkan dalam penelitian ini variabel X adalah konten media YouTube. Sedangkan persamaan dari penelitian diatas adalah pemenuhan kebutuhan yang mana dijelaskan dalam penelitian diatas bahwa tayangan *Stand Up Comedy* memenuhi kebutuhan hiburan mahasiswa FISIP USU.

Berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Rinda Lavircana, Murdiansyah Herman, dan M. Agus Humaidi dengan judul Penggunaan Podcast sebagai Media Hiburan dan Informasi di Banjarmasin. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar khalayak menganggap *podcast* dapat menjadi media hiburan dan informasi dikarenakan berisi konten yang memiliki manfaat bagi pendengarnya. Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa *podcast* dapat menjadi sumber hiburan disaat bosan bagi para pendengarnya (Lavircana et al., 2020).

Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu perbedaan variabel X. Penelitian tersebut membahas mengenai pengaruh penggunaan *podcast*, sedangkan dalam penelitian ini variabel X adalah konten media di YouTube. Sedangkan persamaan dari penelitian diatas adalah pemenuhan kebutuhan hiburan. Yang mana dijelaskan pada penelitian diatas bahwa *podcast* dapat memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat.

	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki + Perempuan Male+Female
Mendapat Informasi/ Berita <i>Get Information/ News</i>	72,40	65,83	69,22
Mengerjakan Tugas Sekolah <i>Do Homework</i>	25,27	27,85	26,52
Mengirim/ Menerima E-Mail <i>Send/receive email</i>	20,19	16,25	18,28
Sosial Media/ Jejaring Sosial <i>Social Media/ Social Network</i>	90,63	90,79	90,71
Pembelian/Penjualan Barang/ Jasa <i>Buy/Sell Goods/Services</i>	20,07	29,42	24,60
Hiburan <i>Entertainment</i>	67,58	61,08	64,43
Fasilitas Finansial <i>Financial Facility</i>	13,38	11,59	12,51
Lainnya <i>Others</i>	2,77	1,33	2,07

Gambar 1.6 Pengguna Internet di Kota Bandung

(Sumber: <https://bandungkota.bps.go.id>)

Kota Bandung adalah ibu kota Jawa Barat dan memiliki kepadatan penduduk tertinggi di wilayah mana pun di Jawa Barat. Jumlah penduduk di Kota Bandung mencapai 2,5 juta jiwa. Pada Juni 2022 dan sebanyak 2,1 juta jiwa penduduk di Kota Bandung merupakan pengguna internet dan pengguna media sosial. Penggunaan internet di Kota Bandung oleh masyarakat begitu beragam, seperti mencari informasi, mengerjakan tugas sekolah, mengakses sosial media, mencari hiburan dan lain-lain. Pada tahun 2020, statistik kesejahteraan rakyat Provinsi Jawa Barat melakukan survei mengenai penggunaan internet penduduk berusia 5 tahun ke atas Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian tersebut sebanyak 64,43% penduduk di Kota Bandung menggunakan internet dalam memenuhi kebutuhan hiburan.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti akan melakukan penelitian untuk menentukan apakah konten YouTube Jerome Polin sudah memenuhi kebutuhan hiburan para remaja di Kota Bandung. Penelitian ini memiliki judul Pengaruh Konten YouTube Jerome Polin Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Remaja di Kota Bandung.

Penelitian ini akan menggunakan teori *uses and gratifications* atau yang disebut dengan teori kegunaan dan kepuasan. Teori ini merupakan teori yang berfokus terhadap apa yang diperlukan oleh pengguna terhadap medium. Menurut Katz, Blumer, dan Gurevitch (dalam Ardianto et al., 2007), konsumen media memiliki peran penting dalam memilih dan menggunakan sumber media yang akan memenuhi kebutuhan mereka.

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini memiliki variabel independent yaitu konten media YouTube dan variabel dependen yaitu pemenuhan kebutuhan hiburan. penelitian ini akan menggunakan skala likert 5 poin yang mengadopsi dari penelitian (Lee & Watkins, 2016). pada penelitian ini,



peneliti akan menggunakan teknik probability sampling dengan jenis simple random sampling. dalam menunjukkan penelitian ini memiliki pengaruh, peneliti akan menguji dengan analisis regresi linier sederhana dan selanjutnya akan diuji menggunakan koefisien korelasi *product moment* untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Peneliti telah mengidentifikasi masalah berdasarkan latar belakang yang dijelaskan oleh peneliti:

Seberapa besar pengaruh konten Jerome Polin terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan remaja Kota Bandung?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten Jerome Polin terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan remaja di Kota Bandung.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat Teoritis:

Diharapkan peneliti dapat memberikan pengetahuan bagi para pembaca khususnya pembuat konten dan peneliti yang akan meneliti tentang pemanfaatan media sosial YouTube sebagai media komunikasi dalam memproduksi konten untuk hiburan pemirsa.

Manfaat Praktis:

Diharapkan penelitian ini dapat membantu para pembuat konten YouTube dalam membuat konten yang menarik dan menghibur untuk ditampilkan guna menarik lebih banyak penonton.

### 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN				
		1	2	3	4	5
1	Penelitian Pendahuluan					
2	Seminar Judul					
3	Penyusunan Proposal					
4	Seminar Proposal					
5	Pengumpulan Data					

<b>6</b>	Pengolahan dan Analisis data					
<b>7</b>	Ujian Skripsi					

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)