

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan media digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Akibat dari berkembangnya media digital yang semakin membuat banyak hal menjadi lebih praktis dan cepat, terutama dalam berkomunikasi dan mengakses sebuah informasi. Media digital atau media *online* merujuk pada jenis media komunikasi yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi dan mengirim serta menerima informasi melalui internet atau aplikasi khusus. Fungsi utama media *online* adalah sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan penggunaannya terhubung dengan pengguna lain dari jarak jauh.

Seiring pertumbuhan media digital yang begitu pesat tentunya dapat memberikan efek dalam berbagai bidang, seperti halnya media konvensional televisi dan radio yang pada saat ini mulai beralih menjadi media *online* (Wahdiyati & Putra, 2022). Media konvensional seperti televisi dan radio pada saat ini mulai beralih menjadi media *online* dikarenakan masyarakat di Indonesia sendiri mulai menggunakan media *online*. Menurut Ivan (2022) terkait media yang sering digunakan oleh warga Indonesia pada tahun 2022, sebanyak 55,3% responden memilih Internet sebagai media yang mereka gunakan, sedangkan sebanyak 36,1% responden memilih menggunakan televisi.

Media digital khususnya media sosial memudahkan penggunaannya untuk berbagi, membagikan, dan menciptakan karya yang dapat dibagikan kepada pengguna lain atau khalayak luas. Menurut Wulandari (2022) media sosial pada saat ini digunakan oleh para pengguna internet di Indonesia sebagai sarana untuk mencari kebutuhan informasi. Tidak menutup kemungkinan bahwa alasan para pengguna internet menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi karena banyaknya informasi yang dapat diperoleh dari media sosial, mulai dari memperoleh, membuat dan berbagi sebuah informasi.

Berdasarkan hasil survei Hootsuite tahun 2022, diketahui bahwa platform media sosial yang paling banyak diminati masyarakat saat ini adalah Youtube. Youtube itu sendiri adalah sebuah platform media sosial dan berbagi video berbasis web yang memungkinkan penggunanya untuk menonton, membuat, dan berbagi video yang diunggah oleh banyak orang.

**FEB 2022** **MOST-VISITED WEBSITES: SEMRUSH RANKING**  
RANKING OF THE MOST-VISITED WEBSITES ACCORDING TO SEMRUSH, BASED ON TOTAL MONTHLY WEBSITE TRAFFIC IN NOVEMBER 2021

| #  | WEBSITE        | TOTAL VISITS | UNIQUE VISITORS | TIME PER VISIT | PAGES PER VISIT |
|----|----------------|--------------|-----------------|----------------|-----------------|
| 01 | GOOGLE.COM     | 583M         | 32.6M           | 23M 41S        | 6.06            |
| 02 | YOUTUBE.COM    | 241M         | 37.6M           | 11M 52S        | 4.85            |
| 03 | DETIK.COM      | 119M         | 21.1M           | 16M 37S        | 3.87            |
| 04 | FACEBOOK.COM   | 103M         | 17.4M           | 20M 35S        | 6.74            |
| 05 | TRIBUNNEWS.COM | 102M         | 21.9M           | 10M 49S        | 2.87            |
| 06 | KOMPAS.COM     | 91.6M        | 21.6M           | 22M 26S        | 2.65            |
| 07 | BLOGSPOT.COM   | 83.9M        | 25.0M           | 10M 41S        | 2.20            |
| 08 | WIKIPEDIA.ORG  | 72.0M        | 20.9M           | 10M 10S        | 2.12            |
| 09 | GOOGLE.CO.ID   | 50.3M        | 13.7M           | 16M 40S        | 6.59            |
| 10 | BRAINY.CO.ID   | 46.6M        | 12.5M           | 12M 23S        | 2.79            |
| 11 | SHOPEE.CO.ID   | 46.1M        | 15.4M           | 23M 09S        | 4.98            |
| 12 | TOKOPEDIA.COM  | 42.0M        | 14.0M           | 18M 28S        | 3.77            |
| 13 | ZOOM.US        | 41.6M        | 13.3M           | 13M 51S        | 2.67            |
| 14 | INSTAGRAM.COM  | 38.2M        | 10.3M           | 18M 09S        | 6.35            |
| 15 | KLIKBCA.COM    | 32.9M        | 3.98M           | 11M 07S        | 8.74            |
| 16 | BIT.LY         | 31.8M        | 11.4M           | 10M 09S        | 1.39            |
| 17 | TWITTER.COM    | 31.2M        | 7.55M           | 19M 37S        | 8.43            |
| 18 | YAHOO.COM      | 30.6M        | 8.17M           | 17M 47S        | 3.66            |
| 19 | LIPUTAN6.COM   | 30.2M        | 15.2M           | 5M 21S         | 2.01            |
| 20 | SUARA.COM      | 30.0M        | 12.2M           | 6M 14S         | 1.60            |

SOURCE: SEMRUSH. FIGURES REPRESENT TRAFFIC VALUES FOR NOVEMBER 2021. NOTE: "UNIQUE VISITORS" REPRESENTS THE NUMBER OF DISTINCT IP-ADDRESSES ACCESSING EACH SITE, BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS AS SOME PEOPLE USE IP-ADDRESS SHARING OR PROXY. ADVISORY: SOME WEBSITES TRACK IP-ADDRESSES AND COOKIES TO IDENTIFY VISITORS. PLEASE BE AWARE THAT VISITORS CAN BE IDENTIFIED BY OTHER MEANS. VISITORS CAN BE IDENTIFIED BY OTHER MEANS. VISITORS CAN BE IDENTIFIED BY OTHER MEANS. VISITORS CAN BE IDENTIFIED BY OTHER MEANS.

**Gambar 1.1 Website yang Sering Dikunjungi Masyarakat Indonesia Tahun 2022**

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> (Diakses pada 10 Januari 2023 pukul 20:13)

Youtube merupakan media sosial atau platform yang paling banyak penggunanya atau paling banyak diakses oleh masyarakat di Indonesia melalui website, hal tersebut dinyatakan oleh data yang terdapat pada gambar di atas. Youtube mendapat peringkat ke-2 website yang sering dikunjungi setelah Google dengan total 241 juta pengguna yang sudah mengakses youtube dengan penonton unik sebanyak 37,6 juta. Dengan rata-rata para pengguna mengunjungi Youtube selama 11 menit 52 detik.

Menurut Kemp (2022) saat ini pengguna Youtube di Indonesia mencapai 139,0 juta pengguna pada awal tahun 2022. Dengan total 500 jam konten baru dari setiap menitnya. Para pengguna Youtube rata-rata berusia 18 sampai 34 tahun

(Eribka et al., 2017). Dengan waktu rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia adalah 3 jam (Syawitri, 2022).

Youtube memberikan beragam jenis konten yang disajikan secara mandiri oleh para konten kreator atau disebut sebagai Youtuber. Konten yang disajikan oleh Youtube seperti konten hiburan, pendidikan, sains, edukasi, gaya hidup, jalan-jalan, edukasi, *game* dan lain sebagainya. Tentu saja setiap Youtuber memiliki keunikannya masing-masing dalam setiap konten yang mereka buat, dimana konten yang dianggap menarik oleh para pengguna Youtube biasanya akan mendapat penonton terbanyak sekaligus menaiki reputasi bagi Youtuber itu sendiri dan mendapat pengikut dari para pengguna Youtube mengikuti perkembangan teknologi digital yang begitu cepat. Banyaknya konten kreator dalam Youtube memberikan efek yang ditimbulkan menjadi beragam, dapat menimbulkan sesuatu yang positif atau bahkan memberikan pengaruh negatif terhadap para penggunanya, terutama jika konten yang disajikan tidak sesuai dengan karakteristik para penggunanya.

Peneliti tertarik dengan salah satu jenis konten yang terdapat di Youtube yaitu berupa konten *game*. Menurut Putri et al. (2022) konten *game* merupakan sebuah konten yang berisikan seseorang sedang bermain *game* dan menarasikan permainannya kepada penonton dengan menggunakan gaya bicara yang menarik perhatian penonton mereka. Konten *game* dapat berupa konten *live streaming*, dimana Youtuber tersebut menampilkan permainan game sekaligus berinteraksi secara langsung dengan para audiens atau viewers dengan *real time*.

Konten *game* menjadi salah satu konten yang banyak diminati oleh audiens atau viewers. Hal ini berdasarkan pernyataan yang diperoleh dari pimpinan Youtube *Gaming* Ryan Wyatt, para pengguna platform Youtube sudah berbagi dan menonton 100 miliar jam konten game di *platform* tersebut dan dari banyaknya 100 miliar angka, total 10 miliar jam tersebut adalah melalui *streaming* langsung di Youtube (Oktarini, 2020). Menurut Id CloudHost (2022) sebanyak 82% pengguna Youtube menggunakan platform tersebut untuk mencari konten hiburan, seperti konten *game* yang memiliki penonton terbanyak di Youtube.

Selain menjadi konten hiburan, konten *game* dapat membuat banyaknya pengguna Youtube memperoleh informasi seputar *gaming*. Menurut Fikri (2020) maraknya *game online* di Indonesia membuat banyaknya konten *game* yang bermunculan di beberapa media *online*, pada akhirnya membuat banyaknya konten kreator *Game* yang mengunggah berbagai informasi seputar *game online* kepada khalayak khususnya bagi para pengikutnya. Dengan demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa konten *game* tidak selamanya hanya sekedar menjadi hiburan bagi para penontonnya, melainkan dapat menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi khususnya seputar *game* bagi para penonontonnya.

Diantara banyaknya Youtuber dan banyaknya jenis konten, khususnya dalam konten *game*, Windah Basudara menempati tempat kedua dengan jumlah *subscribers* terbanyak, seperti tabel di bawah ini:

**Tabel 1.1 Youtuber Gaming**

| No. | Nama Channel    | Jumlah Subscriber | Fokus Konten               |
|-----|-----------------|-------------------|----------------------------|
| 1.  | Jess No Limit   | 36,1 Juta         | Gaming & Kehidupan Pribadi |
| 2.  | Windah Basudara | 11,2 Juta         | Gaming                     |
| 3.  | Oura Gaming     | 8,04 Juta         | Gaming                     |
| 4.  | Pandu Gaming    | 2,57 Juta         | Gaming                     |

Sumber: Olahan Peneliti, 29 Juli (2023)

Dilihat dari tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa Youtuber Windah Basudara memiliki jumlah *subscribers* sebanyak 11,2 Juta per tanggal 29 Juli 2023, Windah Basudara menempati posisi kedua dengan jumlah *subscribers* terbanyak setelah Youtuber Jess No Limit. Meskipun Youtuber Jess No Limit memiliki jumlah *subscribers* yang lebih banyak dibanding Windah Basudara, akan tetapi konten *game* yang disajikan oleh Youtuber Jess No Limit saat ini mulai sedikit

berkurang dan beralih menjadi konten seputar kehidupan pribadinya bersama istrinya yaitu Sisca Kohl. Sehingga peneliti akan lebih fokus membahas Windah Basudara karena Youtuber tersebut secara keseluruhan menyajikan beragam konten *game* dalam kanal Youtube nya. Selain itu, Windah Basudara juga terpilih menjadi Konten Kreator *Gaming* Terfavorit dalam ajang Indonesian Esports Awards 2022 (Rizqa, 2022). Menurut StreamsCharts (2023) Windah Basudara juga menempati posisi ketiga sebagai Youtuber *gaming* paling populer pada tahun 2023 dengan jumlah penonton terbanyak sebesar 150.000 dengan total penayangan konten *game* selama 223 jam 30 menit dalam Youtube, setelah Youtuber dari Amerika Serikat yaitu IshowSpeed dan Pekora dari Jepang. Tak hanya itu, Windah Basudara sendiri juga memiliki panggilan yang unik kepada para pengikut dan penontonnya dengan menyebutnya sebagai “Bocil kematian”. Dengan demikian, hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk memilih Youtuber Windah Basudara untuk meneliti seberapa besar pengaruh yang diberikan pada kanal Youtube Windah Basudara dalam memenuhi kebutuhan informasi *game* bagi para *subscribers* nya.

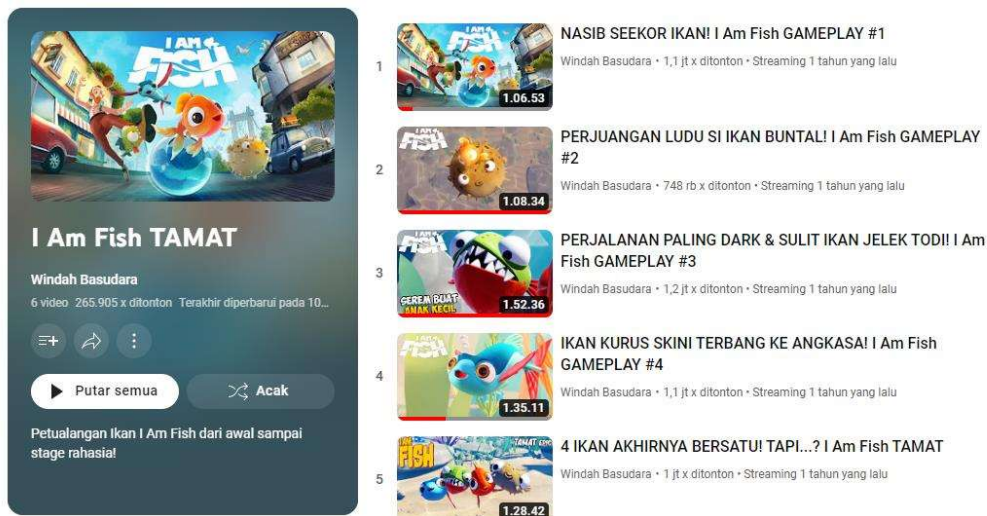
Windah Basudara merupakan seorang konten kreator atau orang yang menyajikan atau membuat konten yang disebar ke berbagai platform media sosial seperti Youtube. Windah Basudara lahir di Manado pada 14 Maret 1992 dan pada saat ini dirinya sudah berusia 31 tahun (Astrilia, 2022). Windah Basudara memulai karirnya sebagai konten kreator Youtube sejak tahun 2018. Lalu, selain menjadi konten kreator Youtube Windah Basudara juga menjadi *Brand Ambassador* dari salah satu tim *esports* ternama di Indonesia yaitu Rex Regum Qeon atau RRQ.



**Gambar 1.2 Kanal Youtube Windah Basudara**

Sumber: <https://www.youtube.com/@WindahBasudara> (Diakses pada 29 Juli 2023 pukul 15:22)

Konten yang disajikan dalam kanal Youtube Windah Basudara berupa konten hiburan yaitu konten *game* yang berisikan beragam *game online* yang kebanyakan ia mainkan secara *live streaming* dengan berinteraksi langsung pada para penontonnya. Tak hanya itu, Windah Basudara juga seringkali membuat konten seputar informasi *game online* yang ia mainkan. Selain itu, Windah Basudara juga sering membuat konten *game* yang berisikan informasi terkait *game* yang sedang dirinya mainkan. Seperti halnya, cara menyelesaikan *game* yang dirinya mainkan, *tips & trick* dalam mendapatkan sebuah karakter langka atau *rare* dalam sebuah *game*, dan lain sebagainya. Hal tersebut tentunya sangat memberikan manfaat bagi para penontonnya khususnya para *subscribers* Windah Basudara. Dengan adanya kanal Youtube Windah Basudara yang lebih fokus memberikan konten *game*, membuat para penonton khususnya para *subscribers* Windah Basudara menjadi lebih terhibur sekaligus mendapat informasi seputar *game* yang diberikan dalam kanal Youtube Windah Basudara.



**Gambar 1.3 Konten Game Windah Basudara**

Sumber: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLZkxha5Whu0GCikpeNRUbjI2QMBf-fTCc> (Diakses pada 28 Maret 2023 pukul 17:02)

Dilihat dari *playlist* konten *game* yang terdapat dalam kanal Youtube Windah Basudara pada gambar 1.3 di atas, merupakan salah satu konten *game* yang memuat sebuah informasi dari sebuah *game* yang Windah Basudara mainkan. *Game* tersebut berjudul '*I Am Fish*', yaitu sebuah *game* bergenre petualangan atau *adventure* yang mengisahkan perjalanan dari sebuah ikan yang kehilangan teman-temannya. Dalam konten *game* tersebut bentuk informasi yang Windah Basudara berikan yakni cara menyelesaikan sebuah *game* yang berjudul '*I am Fish*'. Pada konten tersebut Windah Basudara memberikan informasi kepada penonton khususnya para *subscribers* nya dalam menyelesaikan *game* tersebut mulai dari awal permainan hingga permainan tersebut selesai atau berakhir hingga akhir cerita. Konten tersebut juga menjadi salah satu konten *game* yang meraih penonton terbanyak dari sekian banyaknya konten *game* yang Windah Basudara buat. Dalam setiap episode pada konten *game* berjudul '*I am Fish*' dalam kanal Youtube Windah Basudara tersebut berhasil meraih 1 Juta penonton dalam setiap episodinya, meskipun terdapat satu episode yaitu episode kedua yang mendapat penonton kurang dari 1 Juta dan hanya mendapat 748.000 penonton.

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang yang telah disampaikan di atas, peneliti memutuskan untuk meneliti permasalahan tersebut dikarenakan fenomena yang terjadi pada Youtuber Windah Basudara masuk ke dalam ranah Komunikasi Massa khususnya dalam *New Media* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *game*. Pada penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kanal Youtube Windah Basudara Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Game*”** Diharapkan dapat menjadi jembatan penyelesaian masalah dalam pengkajian Komunikasi Publik khususnya *New Media* melalui fenomena Youtuber Windah Basudara. Seperti halnya, apakah kanal Youtube Windah Basudara memberikan pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seputar *game* para *subscribers*-nya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah kanal Youtube Windah Basudara memberikan pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *game* kepada para *subscribers*-nya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh yang diberikan dalam kanal Youtube Windah Basudara terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *game* kepada para *subscribers*-nya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Dengan penjelasan sebagai berikut:

### **a. Manfaat Teoritis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam menambah pengetahuan bagi ranah ilmu komunikasi khususnya dalam komunikasi publik dan untuk peneliti selanjutnya dalam perkembangan media sosial terkait pengaruh yang diberikan pada kanal Youtube Windah Basudara terhadap pemenuhan informasi seputar *game* para *subscribers*-nya.



b. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti dan pembaca dalam menambah wawasan serta pengetahuan terkait pengaruh yang diberikan pada kanal Youtube Windah Basudara terhadap pemenuhan informasi seputar *game* para *subscribers*-nya.

**1.5 Waktu dan Periode Penelitian**

Waktu dan periode penelitian mengenai “Pengaruh Kanal Youtube Windah Basudara Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Game*” yang dilakukan pada tahun 2022, dimulai pada bulan Januari 2023 sampai bulan Juli 2023.

**Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian**

| No. | Aktivitas                                 | Tahun 2023 |     |     |     |     |     |     |     |
|-----|---|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|     |   | Jan        | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Ags |
| 1.  | Analisis Fenomena                         | ■          |     |     |     |     |     |     |     |
| 2.  | Penulisan BAB I                           | ■          | ■   |     |     |     |     |     |     |
| 3.  | Penulisan BAB II                          |            | ■   | ■   |     |     |     |     |     |
| 4.  | Penulisan BAB III                         |            | ■   | ■   | ■   |     |     |     |     |
| 5.  | Pengajuan Desk Evaluation                 |            |     |     | ■   |     |     |     |     |
| 6.  | Revisi Desk Evaluation                    |            |     |     |     | ■   |     |     |     |
| 7.  | Penelitian Lapangan (Penybaran Kuesioner) |            |     |     |     | ■   |     |     |     |
| 8.  | Penulisan BAB IV & V                      |            |     |     |     | ■   |     |     |     |
| 9.  | Pemeriksaan Hasil Penelitian              |            |     |     |     |     | ■   |     |     |
| 10. | Pengajuan Sidang Skripsi                  |            |     |     |     |     |     | ■   |     |

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

**1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran terkait penelitian yang dilakukan dan berisi mengenai materi yang dibahas dalam setiap bab. Dalam skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan, bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian, urgensi mengapa penelitian ini perlu dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.
2. BAB II Kajian Pustaka, Bab ini menjelaskan hasil kajian pustaka terkait dengan masalah yang akan diteliti. Selain itu akan dijelaskan tentang landasan teori yang akan dijadikan acuan dasar untuk menganalisis penelitian, selain penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan bersifat komprehensif dan kerangka pemikiran.
3. BAB III Metode Penelitian, Bab ini menjelaskan metode dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.
4. BAB IV Hasil dan Pembahasan, Bab ini memaparkan dan menganalisis data-data yang didapatkan dari hasil pengujian.
5. BAB V Kesimpulan dan Saran, Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.