

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

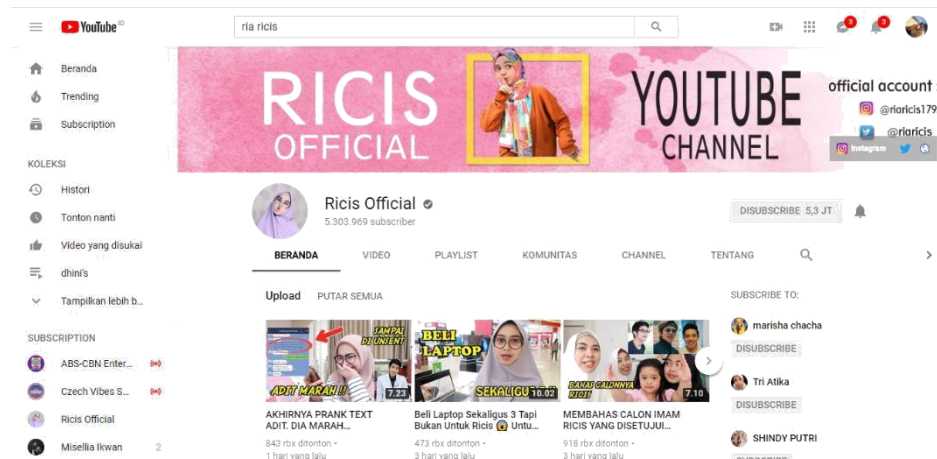
Youtube merupakan sebuah situs *website* yang digunakan untuk berbagi video di seluruh dunia. Youtube menyediakan forum dimana orang di seluruh dunia dapat berhubungan satu sama lain, berbagi informasi, dan berbagi hiburan. Saat ini, Youtube merupakan situs berbagi video paling dikenal dan paling banyak 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)



Gambar 1.1 Logo Youtube

(Sumber : <https://www.youtube.com/> diakses pada 27 Agustus 2018)

Youtube menyediakan referensi video dalam berbagai kategori yang banyak diminati oleh masyarakat. Kategori tersebut meliputi, komedi, film, edukasi, animasi, *sport*, *music*, *game*, *traveling*, *review*, *News*, dan tutorial. Dari kebanyakan kategori tersebut Indonesia juga mempunyai *content creator* yang tidak kalah menarik dari *content creator* luar negeri, salah satu *content creator* di Indonesia yang memiliki *subscriber* terbanyak adalah Ria Yunita atau yang lebih dikenal dengan sebutan Ria Ricis. Akun Youtube Ricis *Official* dibentuk sejak 15 Januari 2016, setelah kurang lebih 2 tahun bergabung di Youtube Ricis *Official* menjadi Youtuber dengan *Subscriber* terbanyak di Indonesia, yaitu mencapai 5 Juta *subscriber*. Akun Youtube Ria Ricis menempati akun Youtube pertama dengan *Subscriber* terbanyak di Indonesia dengan jumlah 5.303.969 *Subscriber*, 652.347.653 kali penayangan, dan 318 video yang di *upload*, per tanggal 27 Agustus 2018.



Gambar 1.2 Beranda Youtube Ricis Official

(Sumber : <https://www.youtube.com/channel/featured> diakses pada Senin, 27 Agustus 2018)

Akun Youtube Ria Ricis menampilkan banyak kategori konten video, mulai dari komedi, *review*, video blog (vlog) sehari-hari, *traveling*, dan juga *prank*. Namun yang paling digemari oleh penonton akun Ria Ricis adalah konten video yang me-*review Squishy* yang dimana mainan ini sangat populer dikalangan anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa. Mainan *Squishy* yang berasal dari kata *squeezing* yang berarti meremas, memiliki berbagai bentuk yang menarik untuk dilihat, selain itu mainan ini juga mengeluarkan aroma yang khas saat diremas dan juga memiliki banyak manfaat bagi perkembangan anak. Konten yang di buat oleh Ria Ricis juga selalu mengikuti *trend* terkini, sehingga para penonton tidak merasa ketinggalan informasi terbaru yang didapatkan setelah menonton video yang diunggah oleh Ria Ricis.

1.2 Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi yang terjadi setiap harinya antarindividu, komunikasi juga dapat dilakukan dengan menggunakan media atau yang lebih dikenal dengan komunikasi massa. Komunikasi menggunakan media ini diterapkan berdasarkan keberadaan teknologi, dari segi penyebarannya hingga dapat diakses dan sampai kepada audiens. Proses sampainya informasi kepada audiens bergantung kepada media yang terus

berkembang, sehingga kini media ini lebih dikenal dengan media lama (*old media*) dan media baru (*new media*). Kehadiran media baru merupakan salah satu penanda determinasi dari perkembangan teknologi dan internet di tengah kehidupan manusia. Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi dengan pesat membuat hampir semua orang di dunia bergantung dengan media baru yang ada. Beberapa media umum yang dianggap sebagai *new media* adalah internet, dengan berbagai situs didalamnya seperti, situs, blog, e-mail, situs jejaring sosial, *game online*, situs berbagi video, koran *online*, dan *e-books*. Dalam internet kita juga bisa mendapatkan banyak hal mulai dari berita, hiburan, bahkan informasi yang ada di seluruh dunia. Jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada tahun 2015. Tiga tahun setelahnya, pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi yang akan mengakses internet setidaknya sekali setiap satu bulan. (sumber: <https://kominfo.go.id> diakses pada Senin, 27 Agustus 2018)

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

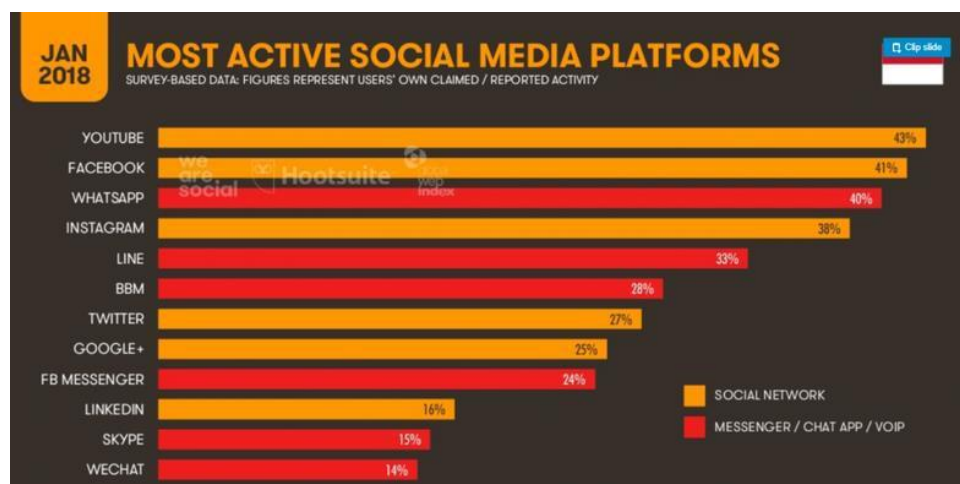
181948 www.eMarketer.com

Gambar 1.3 Peringkat Pengguna Internet di Dunia.

(Sumber: <https://kominfo.go.id> diakses pada Senin, 27 Agustus 2018)

Berdasarkan data di atas Indonesia selalu menjadi peringkat ke enam dunia pengguna Internet terbanyak perbulannya. Pada tahun 2013 ada sebanyak 72 juta pengguna dan meningkat drastis pada tahun 2018 yaitu sebanyak 123 juta pengguna internet. Kebutuhan mengenai informasi dalam era globalisasi mendorong masyarakat untuk menggunakan Internet serta gaya hidup pada masyarakat *modern* menjadi faktor pendukungnya juga.

Ketertarikan individu yang tinggi terhadap penggunaan internet menjadikan masyarakat tidak lepas dari terpaan *new media*. Youtube salah satunya, Youtube yang memang sudah menjadi situs berbagi video yang sangat populer di dunia hingga saat ini kerap menjadi pilihan utama masyarakat dalam berbagi atau menonton video. CEO Youtube Susan Wojcicki mengatakan kini Youtube telah memiliki 1,8 miliar pengguna terdaftar atau yang *login* tiap bulannya. Angka tersebut tidak termasuk bagi pengguna yang menonton video tanpa mendaftar akun. (sumber : <https://inet.detik.com> diakses pada Senin, 27 Agustus 2018)



Gambar 1.4 Persentase media sosial yang paling aktif diakses.

(Sumber : <https://tekno.kompas.com> diakses pada Senin, 27 Agustus 2018)

Berdasarkan data di atas, Youtube menempati posisi pertama dengan persentase 43 persen, yang kedua Facebook dengan persentase 41 persen dan ketiga yaitu Whatsapp dengan persentase 40 persen. Oleh karena itu, sudah sangat jelas bahwa Youtube sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, dengan menduduki *most active social media*. Kehadiran *Youtube* memberikan alternatif pilihan untuk menyaksikan tayangan *audio visual* yang memiliki sumber tanpa batas serta dapat diakses kapan dan dimana saja (Nasrullah, 2015:2). Format video yang dimiliki *Youtube* berupa *Flash Video* (FLV), yaitu sebuah format video yang efisien. Hal ini membuat *Youtube* menjadi situs yang mudah diakses. Banyak masyarakat betah dan berlama-lama dalam mengakses *Youtube*.

Bisa diketahui juga youtube saat ini sudah bisa diakses oleh berbagai kalangan, baik itu secara usia, latar belakang, profesi dan lain-lainnya. Platform berbagi video ini sudah menjadi kebutuhan informasi dan hiburan yang setiap harinya diminati orang banyak, masyarakat semakin menyadari lambat-laun *Youtube* berhasil mengalahkan program-program yang diberikan oleh stasiun televisi. Hal ini dikarenakan berbagai faktor yang ada seperti, program-program televisi hanya memberikan beberapa konten (keterbatasan konten) yang diinginkan oleh para penonton yang ingin menonton, sedangkan youtube para penontonnya bisa dengan sebebas mungkin untuk mencari konten apa yang diinginkan, karena hampir semua konten-konten menarik dan unik sampai aneh pun ada di youtube. Begitulah kurang lebih faktor-faktor mengapa saat ini orang-orang lebih memilih youtube dari pada program dari stasiun televisi.

Youtube menyediakan referensi video dalam berbagai kategori yang banyak diminati oleh masyarakat. Kategori tersebut meliputi, komedi, film, edukasi, animasi, *sport*, *music*, *game*, *traveling*, *review*, *News*, dan tutorial. Dari kebanyakan kategori tersebut tentunya dibutuhkan *content creator* yang kreatif dan memiliki ide-ide *out of the box*. Tidak harus dari luar negeri Indonesia juga mempunyai *content creator* yang tidak kalah menarik dari *content creator* luar negeri, salah satu *content creator* di Indonesia yang memiliki *subscriber* terbanyak adalah Ria Yunita atau yang lebih dikenal dengan sebutan Ria Ricis. Sebelum berkecimpung di dunia Youtube Ria Ricis sangat aktif di media sosial Instagram hingga memiliki banyak fans. Akibat banyaknya permintaan dari fans untuk membuat *Channel* Youtube, akhirnya Ria Ricis memutuskan untuk membuat *Channel* Youtube yang dibentuk sejak 15 Januari 2016, setelah kurang lebih 2 tahun bergabung di Youtube Ricis *Official* menjadi Youtuber dengan *Subscriber* terbanyak di Indonesia, yaitu mencapai 5 Juta *subscriber*, per tanggal 27 Agustus 2018.



Ricis Official 

5.303.969 subscriber

Gambar 1.5 Jumlah *Subscriber* Youtube Ricis Official

(Sumber : <https://www.youtube.com/channel/featured> diakses pada Senin, 27 Agustus 2018)

Akun Youtube Ria Ricis menempati akun Youtube pertama dengan *Subscriber* terbanyak di Indonesia dengan jumlah 5.303.969 *Subscriber*, 652.347.653 kali penayangan, dan 318 video yang di *upload*, per tanggal 27 Agustus 2018. Meskipun bukan Youtuber pertama yang mendapatkan *Gold Play Button* dari Youtube, Ricis dapat menyusul dengan sangat cepat yaitu dengan kurun waktu kurang lebih dua tahun Ria Ricis dapat menyusul tiga *content creator* yang pada waktu itu berada di atas Ria Ricis yaitu Raditya Dika, Atta Halilintar, hingga Chandra Liow. Ria Ricis memiliki ciri khas yang unik yang tentunya berbeda dari *content creator* lainnya yaitu, meskipun kebanyakan dari konten yang dibuat ditujukan kepada kalangan anak-anak, tidak menutupi hal lainnya kalau beberapa konten lainnya ditujukan untuk berbagai kalangan, salah satunya *vlog* kesehariannya yang dibuat semenarik mungkin, jadi siapa saja bisa menonton video-videonya. Hanya membutuhkan kurang lebih 2 tahun Ria Ricis dapat menempati posisi kesatu ini, bahkan ia dapat menyusul salah satu Youtuber dengan *subscriber* terbanyak pada tahun tahun sebelumnya yaitu Raditya Dika yang membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk menempati posisi pertama. Akun Youtube Ria Ricis menampilkan banyak kategori konten video, mulai dari komedi, *review*, video blog (*vlog*) sehari-hari, *traveling*, dan juga *prank*. Video yang diunggah juga selalu mengikuti *trend* terkini, sehingga penonton tidak akan ketinggalan informasi atau hal-hal yang sedang *booming* pada waktunya. Ria Ricis juga termasuk *conten creator* yang aktif dan juga konsisten dalam membuat video yang diunggah setiap harinya. Karena Untuk membuat suatu konten tidaklah mudah selain kita harus konsisten kita juga harus benar-benar memikirkan dengan

matang bagaimana konsepnya, editing dan faktor pendukung lainnya untuk mengemasnya semenarik mungkin.

Upload PUTAR SEMUA



Gambar 1.6 Video Terpopuler yang Pernah di-Upload Ria Ricis

(Sumber : <https://www.youtube.com/channel/featured> diakses pada Senin, 28 Agustus 2018)

Gambar di atas menunjukkan dari sekian banyak kategori video yang telah di *Upload* oleh Ria Ricis, Video yang berkaitan dengan *Squishy* lah yang menarik perhatian *Subscribers* untuk menonton. Video terpopuler Ria Ricis telah ditonton sebanyak 20 juta kali dengan jumlah *likes* 421 ribu adalah video dengan judul ”*Rainbow Squishy Tag + Gunting Squishy?? Sayang Banget.... :(- Ria*”. Video terpopuler kedua telah ditonton sebanyak 16 juta kali dan yang ketiga terpopuler telah ditonton sebanyak 11 juta kali.

Setelah kurang lebih 4 bulan peneliti melakukan pengamatan pada akun Ria Ricis, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa adanya kenaikan jumlah *subscriber* yang pesat pada akun Youtube Ria Ricis, yaitu dimulai pada tanggal 3 Juli 2018 lalu, *subscriber* Ria Ricis mencapai 4 juta *subscriber* pada waktu tersebut, namun kurang lebih 1 bulan kemudian tepatnya pada tanggal 9 Agustus 2018 *subscriber* meningkat dengan pesat yaitu menjadi 5 juta *subscriber* dan pada tanggal 9 September 2018 *subscriber* Ria Ricis mencapai 5,5 juta. Lalu, kenaikan *subscriber* akun Youtube Ria Ricis yang terjadi pada tanggal 12 Oktober naik hingga 5,9 Juta *subscriber*. Naiknya kurang lebih 2 Juta *Subscriber* dengan kurun waktu yang sebentar merupakan hal yang jarang terjadi pada Youtuber-Youtuber

Indonesia. Dengan kenaikan jumlah *subscriber* yang signifikan, disisi lain banyak bermunculan pemberitaan yang menyebutkan bahwa konten video Ria Ricis kurang bermutu. Berikut merupakan artikel-artikel yang memberitakan:



Gambar 1.7 Berita Tribun Mengenai Ria Ricis

(Sumber : <http://style.tribunnews.com/2018/06/29/konten-youtube-nya-banyak-dinyinyiri-meski-banyak-subscriber-ria-ricis-tulis-curhatan-ini?page=3> diakses pada Kamis, 17 Januari 2019)



Gambar 1.8 Berita Liputan6 Mengenai Ria Ricis

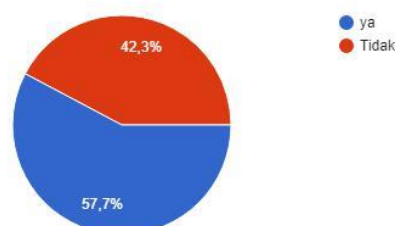
(Sumber : <https://www.liputan6.com/showbiz/read/3574404/dianggap-selebgram-tak-mutu-ini-jawaban-menohok-ria-ricis> diakses pada Kamis, 17 Januari 2019)

Dari artikel-artikel diatas menunjukkan bahwa banyaknya orang yang justru tidak menyukain konten yang di buat oleh Ria Ricis, namun data menunjukkan bahwa Ria Ricis memiliki *subscriber* terbanyak di Indonesia. Fenomena yang terjadi pada hal ini adalah yang dimana dulu audiens hanya memiliki tujuan untuk menonton saja tapi kini sudah banyak audiens yang berpindah keputusan untuk berlangganan atau melakukan *subscribe*. karena dengan kita melakukan *subscribe* kita dapat informasi terbaru tentang video yang di *upload* dari akun yang kita *subscribe*. Melihat banyaknya khalayak yang berlangganan dengan akun Youtube Ria Ricis, dapat diketahui bahwa adanya faktor sesuatu yang menarik bagi audiens pada zaman sekarang ini yang tidak hanya membuat audiens untuk menonton, tetapi dengan memilih keputusan untuk berlangganan atau melakukan *subscribe*.

Selain itu peneliti ingin melihat seberapa besar konten yang dibuat oleh Ria Ricis berpengaruh untuk disubscribe oleh *audience* yang belum berlangganan dengan akun ini, melihat drastisnya peningkatan *audience* yang berlangganan, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan lebih mendalam lagi. Kemudian peneliti juga ingin melihat seberapa besar informasi maupun pesan yang disampaikan kepada khalayak serta pesan apa yang disampaikan sehingga mempengaruhi banyak khalayak Youtube mensubscribe akun ini.

Setelah Peneliti melakukan *pre-test* terhadap 90 responden dari berbagai kalangan umur, dari hasil *pre-test* tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa dari 90 orang yang menjawab pertanyaan ada 84,4% (76 orang) yang memiliki akun youtube dan 15,6% (14 orang) yang tidak mempunyai akun youtube. Dari 76 orang yang memiliki akun youtube, 93,4% (71 orang) mengetahui akun youtube Ria Ricis, dan 6,6% (5 orang) yang tidak mengetahui akun youtube Ria Ricis. Dari 71 tanggapan responden yang mengetahui akun youtube Ria Ricis ada 57,7% (41

Apakah anda mensubscribe akun Youtube Ria Ricis ?
71 tanggapan



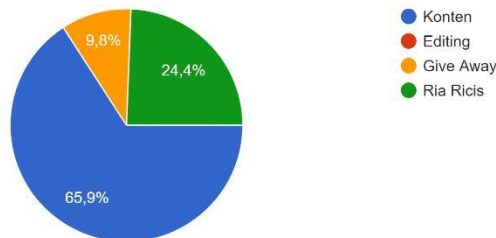
orang) yang melakukan *subscribe* dan 42,3% (30 orang) yang tidak melakukan *subscribe*.

Gambar 1.9 Hasil Responden yang melakukan *subscribe*

(Sumber : <https://docs.google.com/forms> diakses pada Selasa, 23 Oktober 2018)

Dari pre-test tersebut, peneliti juga menarik beberapa faktor lainnya yang memungkinkan *audience* tertarik untuk melakukan *subscribe*. Faktor lainnya tersebut meliputi konten, editing, *give away*, dan Ria Ricis. Hasil menunjukkan 9,8% memilih *give away*, 24,4% memilih Ria Ricis, dan 65,9% lainnya memilih konten.

Apa yang membuat anda tertarik untuk mensubscribe akun Youtube Ria Ricis?
41 tanggapan



Gambar 1.10 Hasil Tanggapan Responden

(Sumber : <https://docs.google.com/forms> diakses pada Selasa, 23 Oktober 2018)

Pengambilan keputusan oleh *audience* untuk melakukan *subscribe* juga menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatnya jumlah *subscriber* pada akun Youtube Ria Ricis, karena tujuan utama seseorang melakukan *subscribe* adalah untuk mendapatkan pemberitahuan tentang *update* video video terbaru yang di *upload* oleh akun tersebut. Menurut Ralph C. Davis (2002) keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan

perencanaan. Keputusan dapat pula berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Berdasarkan dari banyaknya fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat kini, terutama dalam perkembangan teknologi yang pesat dan komunikasi massa, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Konten Video Youtube Ria Ricis Terhadap Keputusan *Audience* Untuk Melakukan *Subscribe***”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti mengidentifikasi beberapa masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh konten video Youtube pada akun Ria Ricis terhadap keputusan *audience* untuk melakukan *subscribe*.
2. Seberapa besar pengaruh konten video Youtube pada akun Ria Ricis terhadap keputusan *audience* untuk melakukan *subscribe*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi masalah di atas maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh konten video Youtube pada akun Ria Ricis terhadap keputusan *audience* untuk melakukan *subscribe*.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten video Youtube pada akun Ria Ricis terhadap keputusan *audience* untuk melakukan *subscribe*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan Ilmu sosial, khususnya Ilmu Komunikasi. Serta dapat menjadi acuan dan referensi penelitian lain yang sejenis.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengetahuan dan menambah wawasan mengenai pengaruh konten video Youtube apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan *audience* untuk melakukan *subscribe*.

