

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Remaja merupakan perpindahan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Ada pula yang menyebutkan masa remaja dimana mereka mulai mengenal dunia dengan berbagai pemikiran yang masih belum pasti atau labil. Ada pula yang menyebutkan bahwa masa remaja adalah masa-masa dimana memiliki banyak masalah dan sebagainya. Berdasarkan tesis Kristanto (2014) menurut *World Health Organization* (WHO) atau Organisasi Kesehatan Dunia menyebutkan bahwa remaja berada dalam tahap transisi antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa dengan batasan usia 12 hingga 24 tahun. Pada thesis Kanisius Deri (2010) Menurut Papalia dan Olds (2001), masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang pada umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia akhir belasan tahun atau awal dua puluhan tahun. Menurut Adams & Gullota (dalam Aaro, 1997), masa remaja meliputi usia antara 11 hingga 20 tahun. Sedangkan Hurlock (1990) membagi masa remaja menjadi masa remaja awal (13 hingga 16 atau 17 tahun) dan masa remaja akhir (16 atau 17 tahun hingga 20 tahun). Masa remaja awal dan akhir dibedakan oleh Hurlock karena pada masa remaja akhir individu telah mencapai transisi perkembangan yang lebih mendekati masa dewasa.

Dari pemaparan definisi remaja diatas, dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan transisi dimana terjadinya perubahan sikap maupun pemikiran dari kanak-kanak menuju dewasa. Anak-anak akan berkembang menuju tahap dewasa, itulah yang disebut dengan masa remaja. Di masa remaja ini lah mereka mulai menjalani hidup lebih mandiri dan belajar untuk ketahap pendewasaan. Dikutip dari Sarjanaku.com dalam buku Psikologi Perkembangan Elizabeth B. Hurlock, masa remaja digolongkan menjadi tiga tahapan, antara lain :

a. Masa Pra Remaja

Masa pra remaja dimana menjadi tahapan awal dalam perkembangan dari masa kanak-kanak di umur 12 – 14 tahun. Dimana telah terjadi perkembangan fisiologi yang berhubungan dengan masakannya beberapa kelenjar endokrin.

b. Masa Remaja Awal

masa remaja awal dimana telah terjadi perkembangan dari masa pra remaja dengan usia antara umur 14 – 17 tahun.

c. Masa Remaja Akhir

Masa Remaja Akhir adalah tahapan terakhir dari masa remaja dengan prantara umur 17-21 tahun. Dimasa ini lah perkembangan telah cukup matang dimulai dari mental, emosional, sosial dan fisik. Masa ini pula memberikan gambaran bagaimana tahapan menuju masa pendewasaan akan dijalani.

Dimasa remaja inilah mulai dimunculkan sikap-sikap bertanggung jawab atas diri sendiri dan lingkungan. Dimasa ini pula mereka mulai belajar untuk membuat suatu konsep untuk lingkungan. Mulai berfikir terbuka dengan tujuan untuk mengembangkan wawasan, memperbaiki perilaku, menambah pengalaman untuk kedepannya, berorganisasi, mendapatkan tanggung jawab yang lebih besar. Sebagai remaja, sudah seharusnya bertanggung jawab terhadap kota. Seperti dalam suatu komunitas. Komunitas merupakan perkumpulan yang memiliki visi dan misi bersama. Bertanggung jawab tidak hanya untuk diri sendiri, namun juga bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial. Lingkungan sosial merupakan tempat dimana masyarakat saling berinteraksi dan membangun suatu komunikasi. Disinilah para remaja akan belajar bagaimana menjalani hidup, menjalin hubungan dengan orang sekitar maupun bermitra. Dalam membangun suatu lingkungan pasti memiliki sisi positif dan sisi negatif. Salah satu sisi positif dalam membangun suatu lingkungan adalah dengan memberikan suatu tujuan yang akan mengangkat nama suatu kota. Karena pada umumnya setiap kota memiliki berbagai macam perkumpulan maupun organisasi yang akan mengangkat nama besar kota tersebut.

Sikap remaja sangat menentukan bagaimana perkembangan dalam suatu kota. Bagaimana partisipasi dalam berfikir, merasakan dan berbuat untuk turut turun dalam mensejahterakan kota. Seperti bagaimana mereka berfikir bahwa mereka juga bertanggung jawab dalam keamanan serta perkembangan suatu kota. Dimasa remaja juga mereka mulai untuk memunculkan sikap berperan aktif, memberikan perhatian terhadap kota mereka, dimulai dengan mengenali permasalahan yang ada di kota, penyebab permasalahan tersebut dan hal apa yang akan mereka lakukan untuk mengantisipasi permasalahan tersebut. Remaja memiliki peran yang besar dalam keberlangsungan suatu kota, karena merekalah yang akan meneruskan sistem-sistem

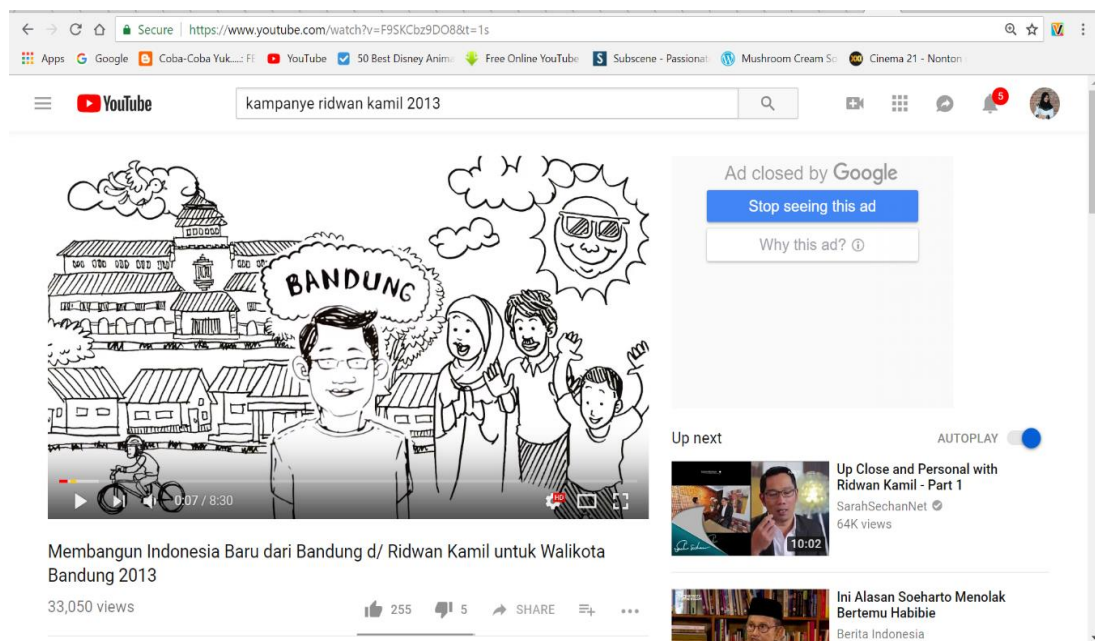
tersebut kedepannya. Namun, pada kenyataannya terdapat juga remaja yang bersifat pasif, mereka memiliki sikap acuh tak acuh terhadap hal-hal yang terjadi dalam lingkungannya. Maka dari itu, salah satu cara untuk mengajak para remaja untuk turut aktif mensejahterakan kota dengan memberikan ajakan yang menarik, yang membangun dan memberikan pesan positif. Maka dari itu cara untuk mengajak para remaja agar mau turut aktif adalah dengan memberikan gambaran yang menarik agar perhatian mereka dapat tertarik dengan menyimak video dalam bentuk yang memotivasi.

Berdasarkan idntimes.com, menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018, remaja 13-18 tahun dan 19-34 tahun merupakan pengguna internet terbanyak dengan persentase 66.2% dengan pengguna internet di Indonesia mencapai 143.26 juta jiwa, artinya pengguna internet di Indonesia didominasi oleh para remaja. Berdasarkan merdeka.com, *youtube* adalah sebuah situs web berbagi video yang didirikan pada 15 Februari 2005. *Youtube* memungkinkan miliaran orang untuk menemukan, menonton dan berbagi video yang diciptakan. YouTube juga menyediakan forum bagi orang untuk berhubungan, menginformasikan, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia dan bertindak sebagai platform distribusi bagi pencipta konten asli dan pengiklan besar dan kecil. Berdasarkan datadata.co.id, riset yang dilakukan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2017, menyatakan bahwa Youtube adalah website yang paling sering digunakan di Indonesia dengan persentase 49%.

Menurut Echols (Dalam Aliyah, 2011) *Storytelling* terdiri atas dua kata yaitu *story* berarti cerita dan *telling* berarti penceritaan, penggabungan dua kata *story telling* berarti penceritaan cerita atau menceritakan cerita. Selain itu, *storytelling* disebut juga bercerita atau mendongeng seperti yang dikemukakan oleh Malan (1991), bahwa mendongeng ialah bercerita berdasarkan tradisi lisan. Video *storytelling* merupakan usaha yang dilakukan oleh pendongeng dalam menyampaikan isi perasaan, buah pikiran atau sebuah cerita kepada anak-anak serta lisan. Dalam bentuk video *storytelling* merupakan metode yang sangat mudah untuk dipahami oleh masyarakat, khususnya anak-anak muda. Dengan video yang bercerita, mereka akan lebih memahami konteks yang dibicarakan dan tidak cepat bosan dalam menyerap suatu informasi. Kegiatan penyampaian yang menarik dan memberikan gambaran berupa audio dan visual dalam bercerita akan lebih menarik dibandingkan menerangkan suatu informasi atau materi secara detail dan baku. Berdasarkan medianeliti.com, menurut

Asfandiar (2007) tujuan video *Storytelling* dapat memberikan pemahaman tentang subyek yang bercerita dan subyek yang mendengar, dapat memberi kesenangan, kegembiraan, kenikmatan mengembangkan imajinasi pendengar dan memberi pengalaman baru dan mengembangkan wawasan pendengar.

Salah satu tokoh yang menggunakan gaya komunikasi video *storytelling* adalah Ridwan Kamil, yaitu pada tahun 2013 saat ia melakukan kegiatan pencalonan dalam Pilwalkot di kota Bandung. Ia berprofesi sebagai Arsitek dan pegiat komunitas muda di kota Bandung, oleh karena aktivitas dan kreativitasnya tersebut, pada tahun 2012 ia di anugrahi sebagai *Brand Ambassador Samsung*. Sebagai sosok yang dekat dengan dunia teknologi dan anak muda, ia kerap kali menggunakan media digital dalam melakukan komunikasi sebagai media untuk mengajak warga dan masyarakat, salah satunya dengan cara membuat video *storytelling* atau bercerita yang kemudian diunggah di *Youtube Channel*.



Gambar 1.1 Video *Storytelling* Motivasi Ridwan Kamil

Paparan dalam video motivasi Ridwan Kamil cukup menarik untuk diangkat karena pesan dari penjelasan menggunakan teknik *storytelling*, memberikan makna visual yang mendalam karena sebuah cerita divisualisasikan dengan goresan visual tangan menulis / *hand sketching* dan dilengkapi pula dengan latar belakang suara yang mengikuti intonasi sesuai dengan tujuan video *storytelling* diungkapkan sebelumnya.

Data atau identitas video motivasi Ridwan Kamil ini berjudul “Membangun Indonesia Baru dari Bandung d/ Ridwan Kamil untuk Walikota Bandung 2013” dengan durasi 8 menit 30 detik. Di produksi oleh Amphibi Studio yang di publikasikan melalui Website Youtube pada tanggal 22 April 2013 oleh GerindraTV. Video ini cukup diminati oleh masyarakat dengan jumlah *viewers* kurang lebih 33.216 *views* dan 55 komentar. Video ini juga menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar sehingga masyarakat dapat dengan mudah memahami isi dari video tersebut. Video *Storytelling* Motivasi Ridwan Kamil dapat di akses melalu internet dengan link <https://www.youtube.com/watch?v=F9SKCbz9DO8>.

Isi pesan video *Storytelling* motivasi Ridwan Kamil ini berisi tentang penjabaran tentang berbagai permasalahan yang ada di kota Bandung. Digambarkan dan dijelaskan bagaimana permasalahan itu bisa muncul, dimulai dari pemerintahan yang korutif, pembisnis yang oportunis serta kaum intelektual yang apatis. Digambarkan pula bagaimana suasana kota Bandung pada saat itu yang padat, sumpek, mencemaskan, setiap hujan datang banjir merendam jalanan, pendatang yang memadati kota sehingga warga asli harus mengalah serta berbagai permasalahan lainnya. Dijelaskan bahwa beberapa permasalahan yang ada di kota Bandung disebabkan oleh masyarakat seperti pencopet, begal, geng motor, pemerkosaan, banjir, penipuan, pelanggaran, criminal dan masih banyak lagi. Bandung menjadi kota tujuan untuk survive, karena Bandung salah satu kota besar yang ada di Indonesia dengan lapangan dan penghasilan yang lumayan besar. Dalam video ini Ridwan Kamil mengajak para warga Bandung untuk cerdas, mampu bersaing dan peduli. Mengajak warga untuk berkolaborasi untuk mensejahterakan Bandung sebagaimana dalam suatu kaum Madani. Disini Ridwan kamil memiliki tujuan untuk memberikan kesempatan kepada warga Bandung untuk berbicara dan memberikan gagasan serta solusi, beliau memberikan kesempatan dan akan mendengarkan aspirasi dari warga Bandung. Sementara penutup dalam menit-menit terakhir, Ridwan Kamil mengajak warga Bandung untuk mewujudkan mimpi kota Bandung dengan cara bersatu untuk membuat kota Bandung menjadi lebih baik. Ridwan kamil meyakinkan warga Bandung untuk lebih optimis dan semangat dalam meraih impian untuk masa depan diri sendiri, keluarga, masyarakat, dan kota Bandung agar semakin lebih baik.

SMAN 3 Bandung merupakan salah satu sekolah unggulan pertama di kota Bandung yang terletak di Jalan Belitung 8 Kec. Sumur Bandung , Kelurahan Merdeka, Kota Bandung, Jawa Barat. Nilai minimal untuk masuk SMAN 3 adalah 37,55 atau

nilai masuk rata-rata 365,25 di tahun 2016. Sekolah ini juga dikenal berisi oleh siswa-siswi yang terkenal akan kepandaian dan kecerdasan anak didiknya. Dibuktikan dari para alumni yang banyak masuk Perguruan Tinggi terkemuka di Indonesia. Kualitas dan alumni dari sekolah ini memberikan harapan bagi siswa-siswinya sebagai dorongan semangat untuk mengejar impian. Salah satu alumni SMAN 3 Badung yang sukses dan populer di Indonesia adalah Ridwan Kamil.

Penulis mengasumsikan bahwa perubahan sikap remaja SMA Negeri 3 Bandung setelah menonton tayangan video *storytelling* dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah kemampuan dalam menerima pesan (*message*). Menurut teori Littlejohn (2017), "*Messages are central to communication. Language and nonverbals form the basic elements of the message, but the meaning and effects depend on the interpretative processes of the receivers of the message. Messages serve several purposes simultaneously—from transmitting information and influence to structuring our view of reality.*" Menurut konsep teori ini pesan merupakan pusat komunikasi, sementara bahasa membentuk elemen dasar pesan, tetapi makna dan efeknya bergantung pada interpretatif proses penerima pesan. Pesan melayani beberapa tujuan secara bersamaan dari transmisi informasi dan pengaruh ke penataan pandangan kita tentang realitas hingga mengubah sikap melalui pemaknaan.

Terkait dengan pemaparan diatas, maka penulis ingin memfokuskan penelitian pada pengaruh pesan dalam video *storytelling* motivasi terhadap sikap membangun kota. Penulis ingin mencari tahu seberapa besar pengaruh pada pesan dalam video *Storytelling* motivasi Ridwan Kamil terhadap meingkatkan sikap remaja dalam membangun kota, penelitian ini yang dilakukan dengan menggunakan metode eksperimen.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah "Seberapa besar pengaruh video motivasi Ridwan Kamil terhadap sikap remaja dalam membangun kota Bandung."

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh video motivasi Ridwan Kamil terhadap sikap remaja dalam membangun kota Bandung.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dari berbagai hal telah dikemukakan di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoretis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan informasi tentang pengaruh pesan dalam video *Storytelling* motivasi terhadap peningkatan sikap membangun kota pada remaja di kota Bandung.
2. Dapat dijadikan sebagai pengembangan dari ilmu komunikasi mengenai pengaruh video *storytelling* motivasi

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Hasil ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai salah satu bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Remaja

Dapat memberikan kesadaran pada para remaja agar dapat lebih peduli terhadap lingkungan dan turut berpartisipasi aktif dalam perkembangan kota Bandung menjadi lebih baik.

3. Bagi Peneliti

Dapat meneliti lebih dalam video motivasi Ridwan Kamil mengenai tujuan, isi, makna dan pesan yang disampaikan oleh Ridwan Kamil