

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Penelitian

Youtube merupakan platform media sosial yang paling banyak dicari yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video yang diunggah oleh berbagai pihak. Saat ini youtube merupakan platform media sosial yang paling populer nomor 1 di dunia. Popularitas youtube bahkan hampir menyalip televisi. Berdasarkan pemaparan *CEO* youtube tercatat jumlah penonton youtube naik menjadi 5% dari tahun sebelumnya dari 1,8 miliar menjadi 2 miliar, (Bill Clinton, 2019).

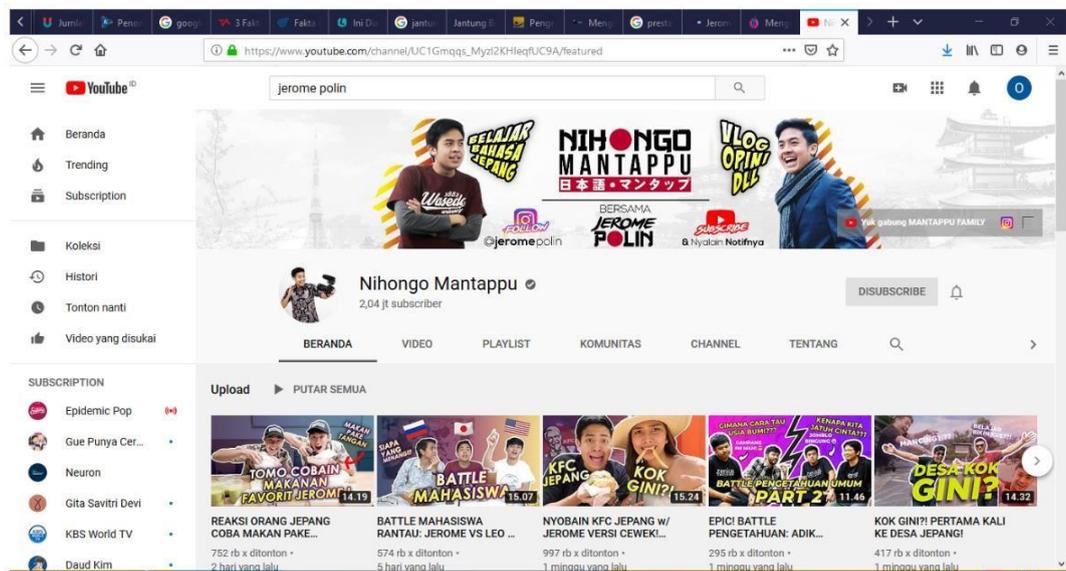


Gambar 1.1 Logo Youtube

(Sumber : <https://www.youtube.com/>)

Youtube sebagai platform media online memberikan kemudahan kepada para penggunaanya dalam mengakses setiap tontonan apa saja yang mereka mau kapan saja dan dimana saja. Bahkan, platform ini memiliki beragam jenis konten yang dapat diakses mulai dari musik, film, komedi, pendidikan dan informasi, *tutorial*, olahraga, gaya hidup, *gaming*, *vlog*, dan masih banyak lainnya. Dari banyaknya jenis konten yang diakses dapat disadari bahwa orang yang memberi pengaruh dalam menciptakan *video* disebut *content creator* atau orang-orang yang berkontribusi dalam pembuatan konten. Di Indonesia salah satu *content creator*

yang mencuri perhatian adalah Jerome Polin, yang merupakan mahasiswa Indonesia yang belajar di Jepang. Tanggal 12 Desember 2017 Jerome Polin membuat *channel* youtube dengan nama Nihongo Mantappu. Pada awalnya Jerome Polin aktif membuat konten mengenai belajar bahasa Jepang, selain itu Jerome Polin juga mengisi konten youtubanya dengan mengunggah kegiatan kesehariannya sebagai mahasiswa di Jepang. Mulai dari keseharian anak kost di Jepang, budaya Jepang, sistim belajar di Jepang, makanan Jepang, dan pembelajaran mengenai bahasa Jepang. Bahkan baru baru ini Jerome Polin membuat konten mengenai matematika, dan battle pengetahuan umum. Memiliki konten yang edukatif dan menarik serta gaya penyampaian yang menyenangkan dan lucu mampu menaikkan namanya sebagai *content creator* yang mengedukasi. Saat ini Jerome telah memiliki jutaan *subscriber* pada *channel* youtubanya yang berhasil mencapai 2,04 milyar *subscriber* dalam kurun waktu dua tahun (https://www.youtube.com/channel/UC1Gmqqs_Myzi2KHleqfUC9A).



Gambar 1.2 Youtube Channel Nihongo Mantappu

(Sumber : https://www.youtube.com/channel/UC1Gmqqs_Myzi2KHleqfUC9A

diakses pada senin 14 Oktober 2019)

1.2 Latar Belakang

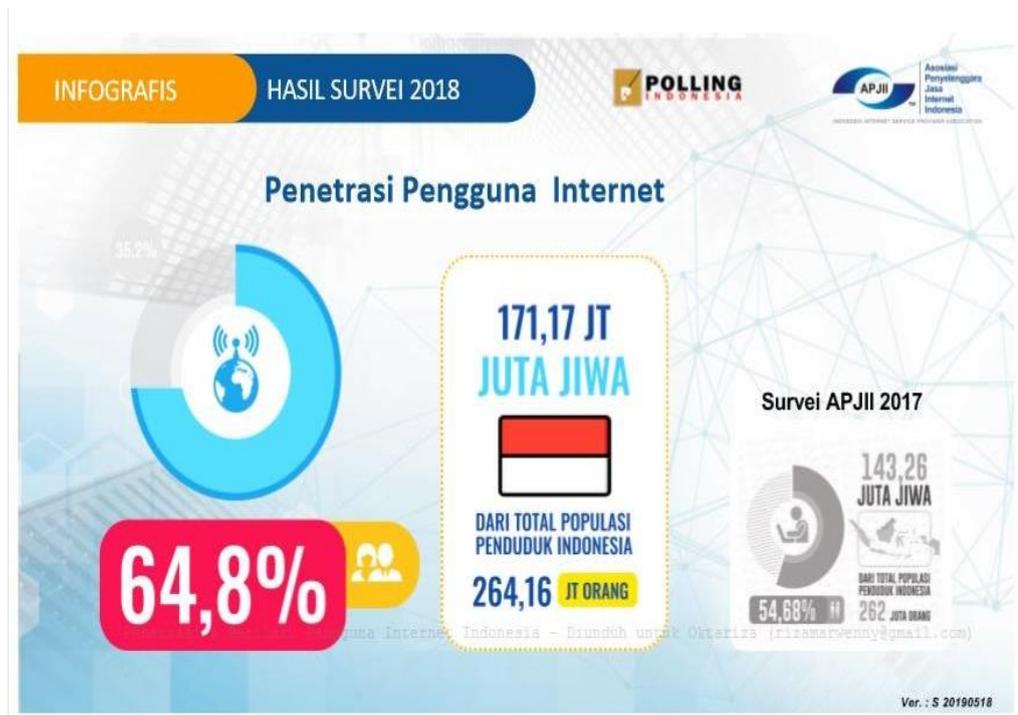
Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, karenanya manusia perlu berinteraksi dengan sesamanya untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam berinteraksi dengan sesama, manusia membutuhkan komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan kepada individu ataupun kelompok untuk bertukar pesan dan mendapatkan informasi. Menurut Mulyano dalam Herdono dan Ningtyas (2019:93) Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi yang dapat dilakukan melalui dengan cara yang sederhana sampai dengan cara yang kompleks, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada awalnya, komunikasi dilakukan secara langsung melalui tatap muka. Sejalannya dengan perkembangan teknologi, sarana untuk melakukan komunikasi tidak hanya melalui percakapan tatap muka secara langsung, namun juga bisa dilakukan dengan jarak jauh melalui media komunikasi.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern melahirkan media baru (*new media*) yang mampu memberikan kemudahan kepada penggunaannya dalam berbagai aspek kehidupan. *New media* dapat diartikan sebagai suatu ide, perasaan dan pengalaman yang diperoleh seseorang dalam keterlibatannya dalam suatu media dan cara komunikasi baru, berbeda dan menantang (Ride & Dewdney, 2006:4). Salah satunya teknologi berbasis internet yang membawa banyak pengaruh.

Lahirnya teknologi internet menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dihindarkan pada masyarakat, karena telah memberikan manfaat dan keuntungan dalam mendapatkan informasi dan komunikasi. McLuhan mengatakan “dunia seolah terlihat menjadi sempit, dengan hadirnya internet, dengan adanya internet kita dipermudah dalam mendapatkan informasi, yang berarti kita bisa mencari informasi yang sulit untuk didapatkan, akan tetapi dengan adanya internet semuanya menjadi mudah.

Hadirnya internet terutama di Indonesia membawa dampak perubahan pada perilaku masyarakat dalam penggunaan internet dimana masyarakat yang tradisional beralih ke masyarakat yang modern. Hal itu dapat dilihat berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun

2018 penetrasi penggunaan internet mencapai 171,17 juta jiwa dari populasi penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa, yang berarti tingginya tingkat ketertarikan pengguna dalam menggunakan internet yaitu sebesar 64,8%. (Sumber: [bhttps://apjii.or.id/survei2018s/kirimlink](https://apjii.or.id/survei2018s/kirimlink) diakses pada senin 14 Oktober 2019).

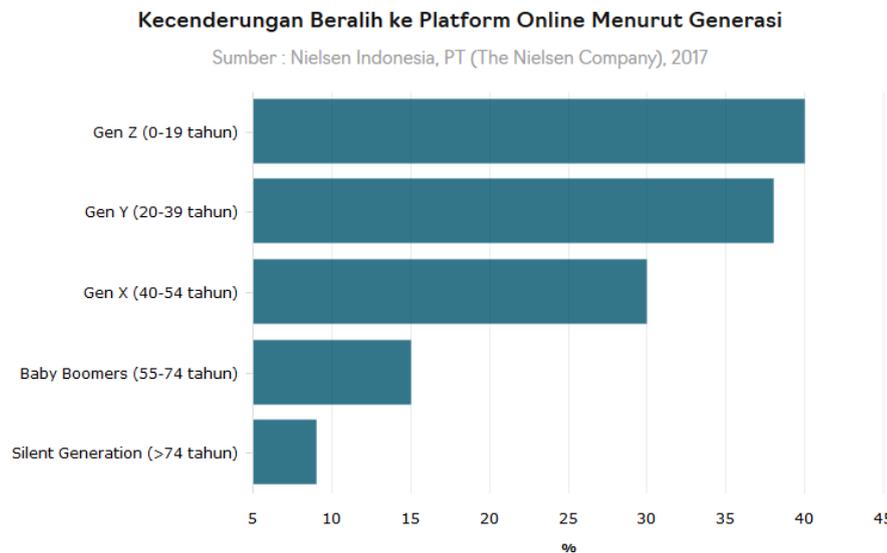


Gambar 1.3 Penggunaan Internet di Indonesia

(Sumber : [bhttps://apjii.or.id/survei2018s/kirimlink](https://apjii.or.id/survei2018s/kirimlink) diakses pada senin 14 Oktober 2019)

Bahkan penggunaan internet didominasi oleh kalangan anak-anak hingga orang dewasa. Hal itu dapat dilihat berdasarkan hasil riset dalam penggunaan internet generasi Z dan generasi Y yang paling dominan. Masyarakat Y mendapatkan poling sebesar 38% dan masyarakat generasi Z mendapatkan poling tertinggi sebesar 40% , hal ini sangat berbeda dengan generasi lainnya, dimana generasi X hanya mendapatkan poling sebesar 30%, Baby Boomers mendapatkan poling sebesar 15%, dan Silent Generation mendapatkan poling sebesar 8%. Hal ini membuktikan generasi X, Baby Boomers, dan Silent Generation lebih sedikit dalam penggunaan internet. (Databoks: 2017)

Gen Y dan Z Cenderung Beralih ke Platform Online



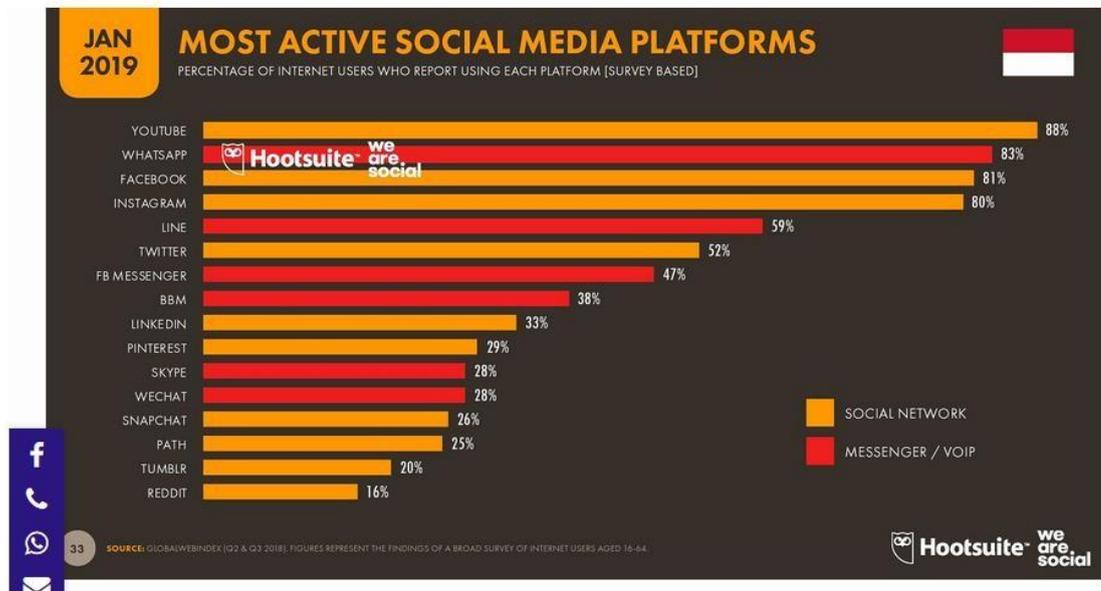
Gambar 1.4 Gen Y dan Z Cenderung Beralih Ke Platform Online

(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/04/28/gen-y-dan-z-cenderung-beralih-ke-platform-online> diakses pada tanggal 14 Oktober 2019).

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwasanya internet memang merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari oleh sebagian kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa, yang bertujuan bukan hanya untuk berkomunikasi akan tetapi juga untuk mendapatkan informasi didalamnya.

Salah satu media yang memiliki tingkat pengguna tertinggi di Indonesia adalah youtube, bahkan youtube merupakan media sosial yang menduduki peringkat pertama sebagai *platform* media sosial yang paling banyak diakses oleh pengguna

internet yaitu mencapai sebesar 88% mengalahkan media sosial lainnya. Berikut ini merupakan hasil survei dari Hootsuite pada bulan Januari 2019.



Gambar 1.4 Media Sosial Yang Paling Sering Diakses di Indonesia (Sumber : <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/> diakses pada tanggal 14 Oktober 2019)

Dengan tingginya tingkat penggunaan media sosial youtube menandakan tingginya daya tarik masyarakat terhadap *platform* ini. Hal ini dikarenakan Youtube merupakan platform yang memudahkan semua pengguna dalam mengakses *video* dimana saja dan kapan saja. Hasil riset menunjukkan bahwa 92% pengguna menyatakan youtube adalah tujuan utama ketika mencari konten *video* karena youtube merupakan platform yang memiliki konten-konten yang menarik dan beragam, serta mampu untuk memudahkan penggunanya dalam mengakses konten yang ingin dilihat. (Sumber :Techinasia)

Melesatnya perkembangan youtube membuat orang-orang berlomba menjadi *content creator* bahkan banyak dari youtuber saat sekarang membuat konten-konten *video* yang tidak bernilai edukasi hanya untuk menaikkan *viewersnya* agar lebih dikenal untuk mendapatkan penghasilan (Sumber : Solusik).

Meskipun demikian, ada juga *content creator* yang mampu memberikan edukasi melalui konten-kontennya, salah satunya adalah Jerome Polin mahasiswa

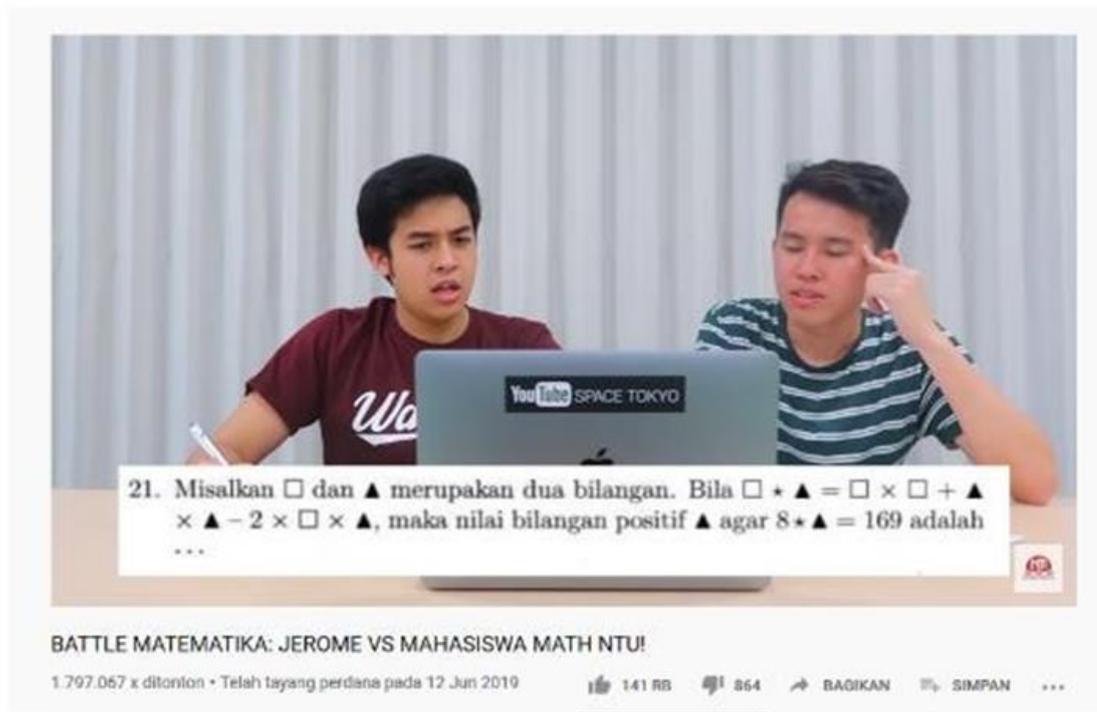
Indonesia yang sedang berkuliah di Jepang merupakan seorang youtuber yang sedang naik daun, dengan usianya yang masih muda ia menginspirasi anak-anak muda berdasarkan pengalaman dan konten yang dibuat. Konten yang dibuat bukan hanya hiburan akan tetapi juga mengedukasi terbukti dari beberapa konten Jerome Polin pada youtube *channel*nya Nihongo Mantappu ia membuat konten dengan memberikan pelajaran bahasa Jepang, cerita inspiratif, pengetahuan matematika dan yang terbaru mengenai *battle* matematika. Bahkan sebelum terjun dalam dunia youtube, Jerome Polin merupakan pendiri *Official Account QnA* pada media sosial *line*, yang merupakan forum belajar untuk siswa SMP dan SMA dimana akun tersebut membahas tentang pelajaran matematika, fisika, kimia, biologi, bahasa, geografi, ekonomi, komputer dan geosains. Dalam kurun waktu dua tahun Jerome Polin mampu mencapai 2,04 juta *subscriber*.



Gambar 1.6 Beranda Youtube Channel Nihongo Mantappu
(Sumber : https://www.youtube.com/channel/UC1Gmqqs_Myzi2KHleqfUC9A
diakses pada senin 14 Oktober 2019)

Hal ini menarik karena sudah mulai bermunculan konten-konten yang bersifat edukasi lainnya seperti Kamu Harus Tau, *Inspect History*, Kok Bisa?, *News Historia*, Nous Id, yang bermunculan pada media youtube, dari banyaknya konten yang bersifat edukasi, Nihongo Mantappu merupakan salah satu *content creator* yang memiliki *subscriber* yang cukup banyak. Fenomena ini menunjukkan bahwa youtube *channel* Nihongo Mantappu dapat tetap eksis melalui konten youtube *channel*nya bahkan pertumbuhannya memiliki peningkatan yang cukup signifikan padahal konten yang mengedukasi biasanya lebih bersifat kaku.

Akun youtube Nihongo Mantappu mencapai 2,04 juta *subscriber* dalam kurun waktu dua tahun, dengan konten yang bersifat edukasi memiliki peluang untuk bersaing dengan *content creator* lainnya yang memiliki konten yang berbeda seperti, hiburan, *music*, *beauty vlogger*, *travelling* dan masih banyak konten lainnya.



Gambar 1.7 *Video* Edukasi matematika yang paling banyak ditonton pada *channel* Youtube Nihongo Mantappu

(Sumber : https://www.youtube.com/results?search_query=jerome+polin diakses pada tanggal 15 Desember 2019)

Pada gambar 1.7 diatas dapat dilihat bahwa *video* pada youtube *channel* Nihongo Mantappu terutama pada matematika memiliki *viewers* yang cukup tinggi dimana matematika merupakan suatu hal yang ditakuti oleh banyak orang. Menurut Riyanti, Sugiatno, Priyanto dalam Hadfield and McNeil (2017:3), Faktor lingkungan merupakan salah satu faktor ketakutan terhadap matematika yaitu :Hal pertama adalah tingginya harapan dan tekanan dari orang tua, kedua, adanya pengalaman yang *negative* di dalam kelas, seperti buku teks yang tidak bermutu, penekanan pada sistem *drill* tanpa pemahaman dan guru matematika yang kurang

kompeten. Akan tetapi konten yang dibuat oleh Nihongo Mantappu menunjukkan bahwa besarnya daya tarik *audience* terhadap konten matematika.

Data lain yang peneliti dapatkan pada gambar diatas menunjukkan *viewers* tertinggi mencapai 1.707.067 *viewers*. Dimana *video* yang memiliki edukasi pada matematika dapat memiliki *viewers* tinggi. Setelah kurang lebih 10 bulan peneliti melakukan pengamatan terdapatnya kenaikan *subscriber* pada youtube *channel* Nihongo Mantappu menjadi 2,04 Juta *subscriber*. Berdasarkan hal ini peneliti ingin meneliti lebih dalam seberapa besar pengaruh konten Nihongo Mantappu untuk *disubscribe* oleh *audience*, karena melihat perkembangan *subscriber* yang cukup cepat, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar informasi yang disampaikan sehingga mempengaruhi *audience* dalam melakukan *subscribe*. Keputusan yang diambil oleh *audience* dalam melakukan *subscribe* merupakan faktor meningkatnya *subscriber* pada youtube *channel* Nihongo Mantappu sehingga penulis akan menggunakan teori keputusan sebagai pisau asah dalam melakukan penelitian.

Penelitian ini difokuskan pada konten edukasi terutama pada matematika karena masih belum banyak yang meneliti pengaruh konten youtube yang bersifat edukasi terhadap jumlah *subscriber*. Adapun penelitian serupa oleh penulis sebelumnya membahas tentang pengaruh konten video youtube yang bersifat hiburan seperti judul skripsi “Pengaruh Konten *Video Youtube Ria Ricis Terhadap Keputusan Audience Untuk Melakukan Subscribe*”, merupakan konten hiburan yang menjadi alasan *audience* untuk melakukan *subscribe* karena kontennya yang menarik, dengan banyaknya jumlah *viewers* dan *likes* pada unggahan videonya mengenai “*squishy*” merupakan tontonan yang paling diminati oleh *subscribarnya*. Adapun penelitian lain yang serupa oleh penulis sebelumnya dengan judul penelitian “Pengaruh Konten *Video Dance K-pop di Youtube Terhadap Komunitas Cover Dance Di Bandar Lampung Untuk Melakukan Cover Dance K-Pop*” merupakan konten *music* yang menjadi alasan *audience* untuk melakukan *subscribe*. Selain itu ada juga penelitian lain oleh penulis sebelumnya membahas tentang pengaruh konten video youtube yang bersifat *travelling* seperti judul skripsi Pengaruh Terpaan Tayangan *Travelling Channel* di Youtube Terhadap Minat Berwisata *Subscribers* di Indonesia (Studi Pada *Subscribers Travelling Channel*

Youtube Ponti Ramanta), yang merupakan konten *travelling* menjadi alasan *subscriber* untuk melakukan wisata.

Penelitian serupa sebagaimana yang dijelaskan diatas, lebih fokus kepada konten yang bersifat hiburan, *music*, dan *travelling*. Sedangkan penelitian “Pengaruh Konten *Youtube* Nihongo Mantappu Terhadap Keputusan *Audience* Dalam Melakukan *Subscribe*” ini membahas mengenai konten yang bersifat edukasi pada matematika yang lebih ditujukan kepada anak muda. selain itu, konten edukasi pada matematika merupakan hal yang jarang diteliti dan hal itulah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti mengidentifikasi masalah-masalah pada penelitian sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh konten youtube Nihongo Mantappu terhadap keputusan *audience* dalam melakukan *subscribe* ?
2. Seberapa besar pengaruh konten youtube Nihongo Mantappu terhadap keputusan *audience* dalam melakukan *subscribe* ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh konten youtube Nihongo Mantappu terhadap keputusan *audience* dalam melakukan *subscribe*.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh konten youtube Nihongo mantappu terhadap keputusan *audience* dalam melakukan *subscribe*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan penjelasan tentang Pengaruh Konten Media *Youtube* Nihongo Mantappu Terhadap Keputusan *Audience* Dalam Melakukan *Subscribe*, sehingga masyarakat dapat mengetahui bagaimana pengaruh dari media youtube Nihongo Mantappu.

1.5.1 Manfaat Teoritis

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

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah bahwa seluruh penjelasan penelitian serta hasil dari penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan empirik mengenai Pengaruh Konten Youtube Nihongo Mantappu Terhadap Keputusan *Audience* Dalam Melakukan *Subscribe*. Dengan hasil dari penelitian ini peneliti berharap agar masyarakat mengetahui lebih lanjut mengenai Pengaruh Konten Youtube Nihongo Mantappu Terhadap Keputusan *Audience* Dalam Melakukan *Subscribe*.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tahapan Kegiatan	Okt- Nov	Des- Jnr	Feb- Mar	April- Mei	Jun- Jul	Agst- sept	Okt- Nov
Mencari topik penelitian yang diambil, mencari referensi dan menentukan kasus penelitian							
Menyusun proposal penelitian bab 1							
Pencarian data awal penelitian, peninjauan data pustaka bab 2-3							
Pengumpulan data melalui kuisisioner							
Proses analisis dan pengolahan data							
Penyusunan hasil penelitian berupa kesimpulan dan saran							