

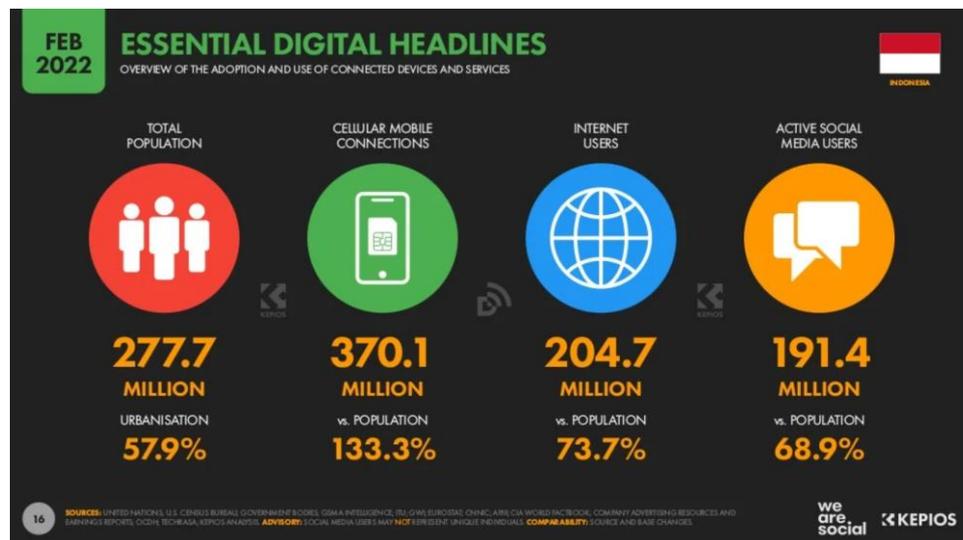
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman globalisasi ini, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi tidak dapat diperoleh hanya dari satu pihak. Akan tetapi, penyebaran informasi dari satu pihak ke pihak lain begitu mudah dan begitu cepat sehingga informasi yang diperoleh melalui teknologi yang sangat cepat biasa di sebut dengan internet. Lebih jauh lagi, informasi yang beredar di dunia internet sangat besar pengaruh terhadap sosial tertentu, oleh karena itu segala macam informasi, baik secara faktual maupun tidak, mudah diakses oleh semua orang. Maka tidak heran jika segala macam berita yang beredar di ranah publik sering kali muncul pertama kali melalui virus terlebih dahulu dalam berita yang sering muncul di internet.

Di zaman digital lahir dengan munculnya jaringan internet digital, khususnya teknologi informasi komputer. Internet merupakan jaringan yang sangat luas yang mampu berfungsi sebagai sarana informasi dan hiburan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi secara langsung maupun tidak langsung (Setiawan, 2017). Saat ini internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat millennial.



Gambar 1.1 Survei Pengguna Internet di Indonesia

(Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> di akses pada 26 Juli 2022)

Dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia meningkat secara signifikan dari populasi 277,7 juta pengguna aktif setiap tahun, yaitu sekitar 57.9% dari total populasi Indonesia. Catatan harian pengguna online adalah 73.7% jauh lebih tinggi dibandingkan pengguna yang hanya online seminggu sekali, sebulan sekali atau bahkan setahun sekali. Orang Indonesia saat ini sibuk menggunakan banyak platform media sosial ketika mengakses internet, tetapi survei yang dilakukan oleh *Hootsuite and we are social* menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan secara global adalah Youtube dari total jumlah orang yang mengakses internet melalui perangkat seluler 370,1 juta orang indonesia tidak dapat dipisahkan dari internet dan perangkat seluler setiap hari.

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	52.6M	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	BRAINLY.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	KUKBCA.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 "SESSIONS" ACCESSING EACH SITE, BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AS SOME PEOPLE MAY USE MULTIPLE DEVICES OR BROWSERS. ADVISORY: SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT. PLEASE USE CAUTION WHEN VISITING UNFAMILIAR DOMAINS. COMPAREASAPART. SOURCE METHODOLOGY COULD VARY. VALUES ARE NOT CORRELABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

Gambar 1.2 Survei World Most Visited Website

(Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> di akses pada 26 Juli 2022)

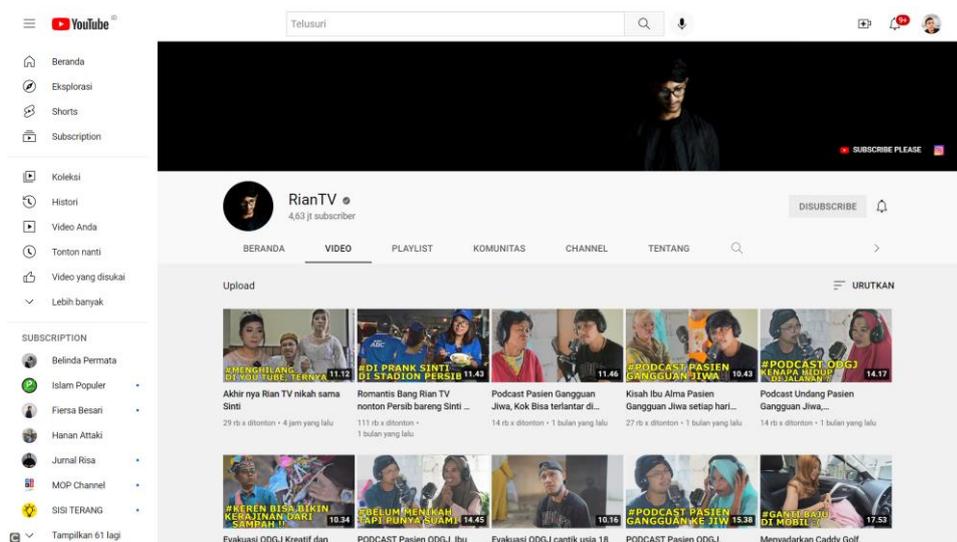
Menurut *Hootsuite and we are social* perangkat sosial situs web yang paling banyak dikunjungi di dunia dalam hal total lintas situs web, Youtube sendiri menempati peringkat di belakang Google karena kebutuhan informasi di era globalisasi saat ini mendorong pengguna internet dan kehidupan di masyarakat yang sangat modern. Jalan telah menjadi faktor pendukung dalam kehidupan sehari-hari.

Youtube dimulai oleh mantan karyawan Paypal, Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Hurley adalah alumnus departemen desain *Indiana University Pennsylvania*, sedangkan Chen dan karim alumnus ilmu komputer di *University Illinois Urbana-Champaign*. Nama domain “Youtube.com” sendiri diaktifkan pada tanggal 15 Februari 2005, dan Youtube mulai dibangun pada bulan berikutnya mereka

merilis versi pratinjau dari 3 situs pada Mei 2005 atau 6 bulan sebelum peluncuran resmi.

Membuat akun saluran Youtube dan menarik pelanggan untuk menonton semakin banyak orang yang ingin membuat akun Youtube dapat membuka lapangan pekerjaan dan setiap hari pengguna Youtube dapat menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran tampilan. Fenomena ini membuat semua orang berebut untuk menjadikan pembuat konten di Youtube dan menemukan penggemar mereka. Konten yang sering dibuat malah mempermalukan diri sendiri atau membahayakan diri sendiri bahkan orang lain. Pembuat konten juga harus bisa mengedukasi audiensnya dengan membuat konten yang lebih baik, bahkan bukan hanya sekedar konten hoax dan eksperimen sosia.

Channel Youtube RianTV dibentuk sejak 12 Desember 2015, yang dimana jumlah *subscribers* mencapai 4 juta dan sebanyak 18 juta kali penayangan dalam satu video dan memiliki video sebanyak 577 buah yang telah di unggah, per tanggal 26 Juni 2022.



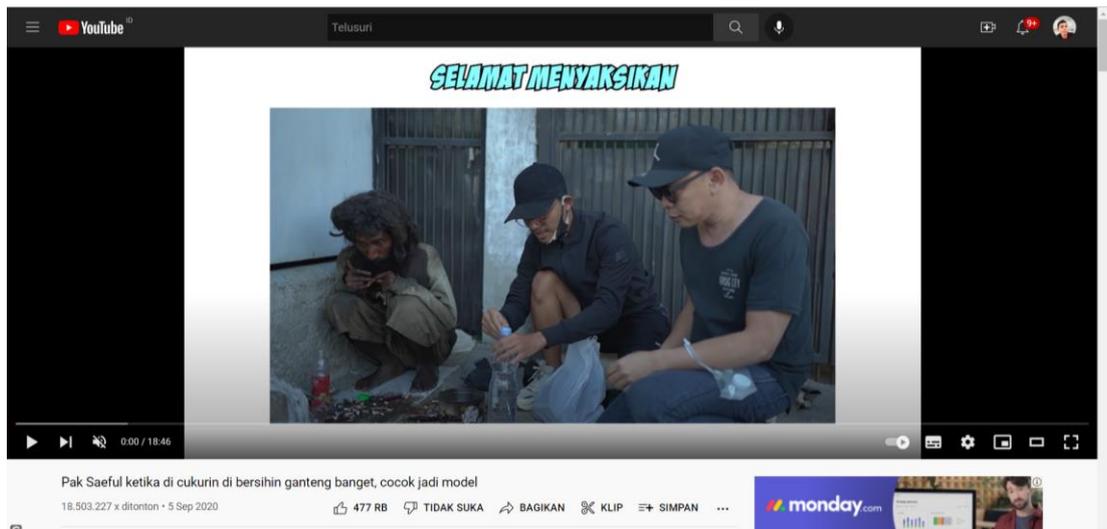
Gambar 1.3 Beranda Youtube RianTV

(Sumber :

https://www.Youtube.com/channel/UCie1tN4rJ5Hqjip5iMa8_pw/videos
diakses pada 26 Juli 2022)

Rian Kiswanto merupakan salah satu *content creator* yang memiliki jiwa sosial terhadap orang dalam gangguan jiwa ketimbang dengan Pratiwi Noviyanthi karena pratiwi juga mengangkat tentang orang dalam gangguan jiwa tetapi dia lebih fokus kepada orang yang sedang membutuhkan bantuan. *Channel* youtube RianTV dibentuk sejak 12 Desember 2015, Rian merupakan salah satu anak muda yang membuat konten

Orang dalam gangguan jiwa karena dimana pada saat ini banyak sekali masyarakat yang memiliki gangguan Kesehatan mental, menurut riset studi Kesehatan dasar (riskesda) 2018, kurang lebih 19 juta orang berusia lebih dari 15 tahun menderita gangguan pada mental pada emosional seseorang dan lebih dari 12 juta orang berusia di atas 15 tahun menderita depresi. Selain itu menurut sampel registrasi yang dilakukan badan letbangkes pada tahun 2016 sebanyak 1.800 kasus bunuh diri per tahun atau 5 kasus per hari, ddimana 47,7% korban bunuh diri adalah anak-anak berusia 10-39 tahun. (Sumber: <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/> diakses pada 26 Juni 2022).



Gambar 1.4 Pak Saeful ketika di cukur

(Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=4z_vJwVJbxs&t=0sdi akses pada 26 Juli 2022)

Konten video yang sangat digemari oleh masyarakat pada tahun 2020 salah satunya adalah konten kegiatan sosial karena, konten ini menjadi salah satu konten yang sangat populer pada *channel* Youtube RianTV karena memiliki jumlah *viewers* yang sangat tinggi dengan jumlah 18.500.000 penonton dan *viewers* sangat antusias berkomentar karena sudah jarang sekali generasi millennials yang peduli kepada orang dengan gangguan jiwa. (sumber : www.hipwee.com) karena konten tersebut berisikan tentang membersihkan orang tersebut agar menjadi lebih baik. Tujuan Rian membuat konten tentang orang dalam gangguan jiwa adalah sebagai konten utama untuk menghilangkan stigma negatif terhadap orang-orang dengan kondisi gangguan jiwa, meningkatkan perhatian masyarakat serta peduli terhadap orang gangguan jiwa. Video tersebut dibagi menjadi 3 bagian karena memang butuh perawatan khusus bagi orang dalam gangguan jiwa, video yang pertama adalah menggambarkan tentang perawatan

dan membersihkan agar mudah di kenali jika ada kerabat atau keluarga yang hilang, karena memang pada dasarnya ingin merubah orang gangguan jiwa yang berada di jalanan di tempatkan ke pihak yayasan yang sudah di tunjuk oleh Rian. Karena video tersebut sudah beredar dan menjadi *trending* dengan jumlah penonton paling tinggi selama video yang sudah dibuat dan pada saat itu banyak penonton yang memberikan respon positif pada kolom komentar dengan jumlah 23 ribu komentar pada video Pak Saeful ketika di cukur.



Gambar 1.5 Komentar penonton

(Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=4z_vJwVJbxs&t=0s
di akses pada 26 Juli 2022)

Video ke dua yang memiliki lebih dari 9 juta penonton dan memberikan komentar yang sangat positif lebih dari 12 ribu komentar “17 Tahun hilang dan berkumpul kembali dengan keluarga RianTV meririnding”. Upaya RianTV membuahkan hasil dengan tujuan untuk bertemu dengan keluarga yang sudah lama tidak pernah pulang ke rumah. Pihak keluarga menceritakan tentang kehidupan Pak Saeful yang tiba-tiba menghilang dari keluarganya.

Judul video terakhir yang memiliki lebih dari 13 juta penonton yang sangat aktif dan berbagai macam komentar lebih dari 37 ribu yang sangat positif bagi RianTV adalah “17 tahun hilang Pak Saeful ketemu ibu nya, sedih terharu bahagia” dalam video tersebut bagaimana proses mempertemukan orang dalam gangguan jiwa bertemu dengan keluarga yang sudah menghilang sampai 17 tahun. Dari ke tiga video tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat sekitar yang sudah memberikan bantuan kepada orang dalam gangguan jiwa akan tetapi dengan adanya *channel* Youtube RianTV bukan hanya memberikan hiburan dan informasi yang sangat berguna bagi masyarakat. Rian membuat konten video yang tidak dimiliki oleh konten kreator lain,

karena rian ingin menampilkan yang lebih menarik dan mempunyai makna yang sangat penting bagi kalangan masyarakat di era millennial ini tanpa menyadari bahwa di sekitar kita ada orang gangguan jiwa yang sangat membutuhkan pertolongan dan banyak masyarakat memiliki respon yang negatif.

Menurut UU nomor 18 (2014) adalah orang yang menderita penyakit gangguan jiwa atau biasa disingkat ODGJ merupakan individu yang mengalami gangguan jiwa pikiran, emosi, dan perilaku yang diekspresikan dalam berbagai bentuk gejala signifikan dan perubahan perilaku yang dapat menyebabkan rasa sakit dan hambatan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.

Dengan melihat data yang sudah peneliti temukan dan memiliki latar belakang yang sudah ada maka peneliti akan melihat **“Pengaruh Konten Peduli sosial pada orang gangguan jiwa di *channel* Youtube RianTV terhadap sikap subscribers di era millennial”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah disini maka penelitian dapat mengidentifikasi masalah ke dalam penelitian ini sebagai berikut

1. Adakah pengaruh konten peduli sosial pada orang dengan gangguan jiwa di *channel* Youtube RianTV terhadap perubahan sikap *subscribers* di era millennial.
2. Seberapa besar pengaruh konten peduli sosial pada orang dengan gangguan jiwa di *channel* Youtube RianTV terhadap perubahan sikap *subscribers* di era millennial.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian disini bertujuan untuk mendapati suatu masalah yang sudah di jelaskan di atas dan sudah miliki berbagai macam tujuan dari penelitian disini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh konten peduli sosial pada orang gangguan jiwa di *channel* Youtube pada akun RianTV terhadap sikap *subscribers* di era millennial.
- b. Untuk mengetahui seberapa pengaruh konten peduli sosial pada orang dengan gangguan jiwa di *channel* Youtube RianTV terhadap perubahan sikap *subscribers* di era millennial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian disini, berharap dapat mencapai hasil sangat positif yang nantinya akan memberikan manfaat bagi kaum millennial. Kegunaan dalam penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian disini berharap bahwa menjadi sebuah referensi bagi mereka yang ingin mempelajari dampak konten peduli sosial pada orang dengan gangguan jiwa di *channel* Youtube RianTV terhadap perubahan sikap *subscribers* di era millennial.

1.4.2 Aspek Praktis

Penelitian disini berharap untuk menambah wawasan tentang pengetahuan tentang pentingnya kepedulian terhadap sesama manusia dan memberikan pengetahuan kepada para pembaca mengenai tentang pengaruh dampak konten peduli sosial pada orang dengan gangguan jiwa di *channel* Youtube RianTV terhadap perubahan sikap *subscribers* di era millennial.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada bulan Desember 2019 – Agustus 2022, dengan dimulainya melakukan pencarian topik dan menentukan keabsahan pertanyaan mengenai tentang objek penelitian, kemudian penyusunan proposal. Waktu dan periode yang dilakukan untuk persiapan penelitian sebagai berikut:

Table 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

NO	Tahapan Kegiatan	Bulan						
		Des 2019	Jan 2019	Feb 2019	Maret 2019	April 2019	Juli 2022	Agustus 2022
1	Mencari Topik Penelitian							
2	Penyusunan Proposal BAB 1							

3	Penyusunan Proposal BAB 2							
4	Penyusunan Proposal BAB 3							
5	Pendaftaran Desk Evaluation							
6	Penyusunan BAB 4							
7	Penyusunan BAB 5							
9	Sidang Skripsi							

(Sumber : data olahan penulis, 2019)

1.6 Sistematika Penelitian

1.6.1 BAB I PENDAHULUAN

Dimana pada bab disini berisi tentang latar belakang masalah pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian, kemudian pertanyaan-pertanyaan mana yang akan diambil dan disusun secara terstruktur agar tidak melenceng dari topik permasalahan yang akan peneliti ajukan.

1.6.2 BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab selanjutnya menjelaskan tentang teori yang relevan dengan masalah ini, karena pada dasarnya penelitian harus didasarkan pada teori-teori yang sudah ada secara diteliti pada penelitian yang sudah ada.

1.6.3 BAB III METODE PENELITIAN

Ini terdiri dari objek penelitian yang sedang mencari informasi untuk diteliti dan mencari karakteristik responden seperti apa dan seberapa banyak yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

1.6.4 BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab selanjutnya yang terdapat disini memiliki pembahasan, data penelitian yang sudah diperoleh dari sebelumnya yang nantinya akan dijelaskan dan akan dibawa kemana penelitian ini, apakah sesuai atau tidak dengan penelitian yang diinginkan oleh sang peneliti.

1.6.5 BAB V KESIMPULAN

Bab yang terakhir pada penelitian ini, dimana data telah dikumpulkan dan diteliti pada bab sebelumnya akan ditarik kesimpulan berdasarkan fakta dilapangan apakah penelitian memiliki kekurangan atau tidak.