

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Generasi Z yang dikenal sebagai masyarakat digital (*digital natives*) adalah generasi yang lahir saat era digital telah berkembang dan berjalan dengan pesat. Gen Z lahir antara tahun 1997-2012 (pewresearch.org, 2019) atau 1995-2012 (Stillman, 2017), mereka lahir dan tumbuh beriringan dengan beragam inovasi teknologi seperti ponsel pintar (*smartphone*), sosial media, serta teknologi lainnya, hal ini membuat Gen Z menjadi sangat bergantung dan menganggap hal tersebut telah menjadi salah satu bagian dalam kehidupan mereka (Wijoyo et al., 2020). Hasil sensus pada tahun 2020 oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan Gen Z mendominasi dengan persentase sebanyak 27,94% dari total jumlah penduduk Indonesia hingga September 2020 sebanyak 270,2 juta jiwa.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh We Are Social, sebuah situs media asal Inggris, mencatat bahwa terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahunnya dan meningkat dalam lima tahun terakhir yang jika dibandingkan dengan tahun 2018, terdapat lonjakan sebesar 54,25%. Peningkatan jumlah pengguna internet ini berhubungan dengan semakin banyak pula pengguna media sosial. Media sosial dimanfaatkan oleh Gen Z untuk tidak hanya sebagai media hiburan, namun juga sebagai media komunikasi, media untuk belajar, dan untuk mendapatkan informasi pada kegiatan sehari-hari. Media sosial merupakan kebutuhan wajib bagi Gen Z yang telah menggunakannya dari usia muda, sehingga memengaruhi karakteristik, gaya belajar serta gaya komunikasi mereka. Mereka condong lebih menyukai kegiatan yang bersifat interaktif dan menyenangkan (Andarwati, 2019) dan sering menghabiskan waktunya dengan *gadget* dari pada untuk belajar.

Dekatnya Gen Z dengan teknologi, internet dan berbagai media tidak hanya mendatangkan pengaruh yang positif, namun juga pengaruh negatif yang dapat memengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung, akibat beragam budaya

dan ideologi yang dapat secara bebas dilihat sehingga dapat membuat berkurangnya karakter dan semangat jiwa nasionalisme (Wulandari et al., 2021). Refleksi sejarah yang seharusnya dapat menumbuhkan jiwa nasionalisme pun menjadi tidak efektif dalam menaikkan minat dan motivasi Gen Z yang masih bersekolah maupun yang sudah bekerja. Sejarah dipandang kuno, tidak terlalu penting dan membosankan bagi Gen Z yang tidak lepas dari canggihnya teknologi. Menurut penelitian Asmarantika et al. (2022), sebanyak 71% dari total 1.177 responden yang merupakan Gen Z lebih memilih untuk mendapatkan informasi secara instan melalui media sosial, dan media konvensional seperti media cetak menjadi media yang paling jarang digunakan lagi oleh Gen Z.

Oleh karena itu, teknologi dan media sosial yang disenangi oleh Gen Z merupakan salah satu cara yang strategis untuk menyampaikan materi sejarah secara menyenangkan agar dapat meningkatkan motivasi belajar dan rasa nasionalisme Gen Z (Wulandari et al., 2021). Inovasi dan ide-ide kreatif berperan besar agar apa yang ingin disampaikan, dapat diterima dengan gembira dan dapat dipahami dengan baik. Berdasarkan survei dari Hootsuite (2021), akses media oleh pengguna internet di Indonesia dihabiskan dalam waktu yang bervariasi. Setiap hari penggunaan media sosial dengan perangkat apa pun berlangsung selama 3 jam 41 menit, dan dalam aktivitas konten *online* sebesar 98.5% digunakan untuk menonton video *online*. Apabila melihat dari lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan media sosial oleh rata-rata pengguna, hal ini memperlihatkan bahwa media sosial dan kegiatan menonton video *online* telah menjadi aktivitas yang dilakukan sebagai bagian dari keseharian masyarakat saat ini. Survei Global Web Index (2020) terhadap 4000 Gen Z menunjukkan bahwa generasi ini mengonsumsi lebih banyak konten video *online* setelah pandemi COVID-19 dengan persentase 51%. Media digital seperti video pendek, film, video musik dan lain-lain lebih disenangi untuk diikuti setiap harinya oleh Gen Z. Media-media ini dapat ditonton melalui berbagai platform media sosial di internet, dan YouTube merupakan salah satu platform yang populer digunakan oleh Gen Z untuk memperoleh hiburan. Menurut survei Pearson Education (2018) sebanyak 59% dari 2.588 responden Gen Z lebih memilih untuk menggunakan YouTube dalam membantu proses belajar.

Hal ini dikarenakan rendahnya literasi membaca dan menulis Gen Z (Adriyanto, 2019) sehingga konten video yang menggunakan elemen teks dan visual akan membantu dalam penerimaan materi.

Konten video yang ada pada YouTube memiliki beragam jenis gaya visual maupun metode untuk menyampaikan suatu konten. Berbagai macam tipe video dapat ditemukan di YouTube, mulai dari konten hiburan seperti film, video musik, vlog, hingga yang bersifat edukasi seperti video tutorial, dokumenter dan edukasi. Animasi ialah salah satu gaya visual yang banyak dipakai untuk menerangkan konten yang ada pada video, di platform YouTube. Video animasi merupakan salah satu media audio-visual yang banyak digunakan untuk membantu proses penyampaian dengan memvisualisasikan suatu konten dengan menarik, sehingga dapat digunakan pula sebagai media pembelajaran. Menurut Hamalik (dalam Arsyad, 2011) keinginan belajar, minat yang baru serta motivasi dan pengaruh psikologis dapat dibangkitkan melalui penggunaan media pembelajaran. Animasi banyak digunakan untuk menyampaikan konten edukasi agar terlihat lebih menarik, dan tidak sedikit pula institusi resmi yang menggunakan YouTube untuk mengedukasi penonton sekaligus mempromosikan apa yang mereka kelola melalui video yang mereka unggah pada kanal mereka, baik itu sekolah, universitas, hingga bangunan bersejarah seperti museum.

Saat ini, sudah banyak video mengenai sejarah Konferensi Asia-Afrika (KAA) yang diunggah di YouTube, bahkan oleh akun resmi Museum Konferensi Asia-Afrika (MKAA) sendiri. MKAA merupakan museum yang mengabadikan peristiwa Konferensi Asia-Afrika yang bersejarah dan pertama kali diadakan di Gedung Merdeka Bandung pada 18-25 April 1955. Pertemuan perdana yang menghadirkan 29 negara kawasan Asia dan Afrika itu menghasilkan beberapa keputusan seperti kerjasama dalam bidang ekonomi, budaya, dan sosial antara negara Asia dan Afrika yang juga ikut mempererat solidaritas negara-negara Asia-Afrika untuk melawan neokolonialisme dan kolonialisme yang dilakukan oleh Amerika Serikat dan Uni Soviet sebagai negara netral yang dituliskan dalam Dasasila Bandung dan sangat berpengaruh tidak hanya bagi negara Asia dan Afrika

tapi juga secara internasional. Hingga saat ini, MKAA masih beroperasi dan gencar mengunggah video hasil *sharing session* mereka di YouTube terutama saat pandemi COVID-19 berlangsung. Namun setelah dilakukan studi awal, Gen Z yang diwawancarai telah melupakan bahkan tidak mengetahui tentang sejarah dan makna dari KAA. Padahal, Jalan Asia-Afrika yang merupakan salah satu destinasi wisata daerah Bandung yang sangat terkenal dan selalu ramai oleh turis. Hal ini tentunya menjadi suatu kekhawatiran apabila rasa nasionalisme dari generasi yang diharapkan menjadi penerus bangsa tidak cukup tinggi untuk mengingat dan mempelajari kembali peristiwa yang penting bagi sejarah Indonesia dan dunia.

Meskipun MKAA sudah mengunggah banyak video edukasi di kanal YouTube mereka, video yang dibuat dan diunggah itu belum mampu menarik perhatian banyak audiens untuk menonton dan memperhatikan materi dengan seksama. Hal ini disebabkan oleh metode penyampaian dan olah video yang belum baik, sehingga menimbulkan beban kognitif ekstrinsik (*extraneous cognitive load*). Menurut Sweller (2010), apabila beban kognitif bekerja berlebihan dari kapasitas memori yang ada, maka proses olah informasi untuk memori jangka panjang dapat berkurang atau terganggu. Pembelajaran multimedia (*multimedia learning*) merupakan teori pembelajaran yang dipopulerkan oleh Richard E. Mayer. Ia mengartikan multimedia sebagai sebuah penyajian materi yang menggunakan wujud verbal (*verbal form*) dan wujud bergambar (*pictorial form*). Ia menegaskan bahwa multimedia efektif untuk menekan beban kognitif ekstrinsik (*extraneous*), mengatur beban kognitif intrinsik (*intrinsic*), dan mengoptimalkan beban kognitif erat (*germane*). Sehingga terdapat prinsip-prinsip yang perlu diterapkan dalam merancang suatu media audio-visual agar media tersebut dapat bekerja dengan efektif dan meraih capaian yang diharapkan dalam *multimedia learning* yaitu mengingat (*remembering*) dan memahami (*understanding*). Berdasarkan observasi awal, video-video mengenai KAA yang ada di YouTube belum terlalu efektif untuk menarik perhatian audiens karena belum menerapkan prinsip *multimedia learning* secara maksimal maupun karena cara penyampaian dan olah video yang kurang sesuai dengan preferensi yang disukai Gen Z saat ini.

Salah satu tren yang disukai oleh Gen Z saat ini adalah tren *Virtual Youtuber* yang disingkat dan lebih dikenal dengan istilah “VTuber”. Tren ini berasal dari Jepang sejak tahun 2019 dan kini semakin populer serta digemari oleh Gen Z di Indonesia terutama setelah dua perusahaan *Virtual Youtuber* asal Jepang ikut membuka cabang di Indonesia. Istilah *Virtual Youtuber* merujuk pada penggunaan avatar atau karakter virtual menggunakan teknologi *motion capture* yang biasanya menggunakan style kartun Jepang atau anime, mampu berinteraksi dengan audiens dan seolah-olah hidup karena mampu menggerakkan tubuh dan merubah mimik wajah selayaknya Youtuber biasa. Pandemi COVID-19 ikut memperbesar tren ini karena anjuran untuk *stay at home* yang menyebabkan penggunaan internet dan media sosial semakin besar untuk anak sekolah hingga orang dewasa. Semakin banyak pula orang yang ikut mencoba untuk menjadi *Virtual Youtuber* guna mengisi waktu luang maupun sebagai profesi tambahan.

Tren ini cukup populer untuk menarik perhatian audiens yang sebagian besar merupakan Gen Z untuk menyampaikan berbagai macam konten, khususnya konten hiburan dan unjuk bakat seperti bermain *game* atau bernyanyi. Menurut Puspitaningrum (2019), beberapa alasan audiens menonton konten yang disajikan oleh *Virtual Youtuber* yaitu karena rasa penasaran untuk mengetahui informasi, dan representasi ketertarikan terhadap budaya populer dari Jepang. *Virtual Youtube* dapat berperan sebagai sebuah stimulus eksternal untuk membangkitkan motivasi audiens dalam mempelajari materi dari konten yang diberikan dengan cara yang menarik. Maka, tren *Virtual Youtuber* ini memiliki potensi untuk diterapkan dalam media pembelajaran (Saputra, 2021) dan peluang kreatif untuk digunakan pada video dengan konten sejarah untuk menarik perhatian audiens terutama Gen Z. Penggunaan *Virtual Youtuber* atau karakter virtual untuk video dengan konten sejarah pun dapat dimanfaatkan untuk menarik rasa penasaran dan perhatian audiens Gen Z yang sebelumnya telah mengetahui tentang *Virtual Youtuber*, maupun mereka yang belum mengetahui sama sekali. Hal ini akan sesuai dengan gaya belajar pasca logis (*post-logical*) Gen Z yang menyukai komunikasi visual dan interaktif dengan akses cepat dan langsung ke inti informasi (McCrindle, 2021).

Maka berdasarkan paparan diatas, peneliti melihat adanya peluang dan tertarik untuk merancang video animasi KAA dengan menerapkan teori dan prinsip *multimedia learning*, menggunakan karakter virtual dalam video rancangan, dan meneliti respon serta pendapat Gen Z terhadap hasil rancangan video animasi KAA baik dalam segi gaya visual, penyampaian materi, hingga untuk mengetahui apakah hasil rancangan tersebut dapat memotivasi Gen Z untuk mempelajari konten sejarah.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Canggihnya teknologi, internet dan media sosial yang telah menjadi bagian dari hidup Gen Z dan memengaruhi karakteristik, gaya berkomunikasi dan gaya belajar menyebabkan minat dan motivasi Gen Z terhadap sejarah kian menurun karena sejarah dipandang tidak terlalu penting, kuno, dan membosankan.
2. Media digital seperti video pendek, film dan lainnya cenderung lebih disenangi untuk ditonton sebagai konten hiburan oleh Gen Z setiap harinya daripada konten edukasi terutama mengenai sejarah.
3. Konferensi Asia-Afrika adalah salah satu peristiwa bersejarah bagi Indonesia yang kini diabadikan di Museum Konferensi Asia-Afrika. Namun, tidak sedikit Gen Z yang tidak mengetahui atau lupa tentang sejarah maupun makna dari KAA karena belum adanya media yang mampu menarik minat mereka untuk belajar di sela kegiatan mereka sehari-hari.
4. Metode penyampaian dan olah video yang kurang tepat dapat menimbulkan beban kognitif ekstrinsik (*extraneous cognitive load*). Pembelajaran multimedia efektif untuk menekan beban kognitif ekstrinsik (*extraneous*), mengatur beban kognitif intrinsik (*intrinsic*), dan mengoptimalkan beban kognitif erat (*germane*) sehingga dalam membuat suatu media audio-visual terdapat prinsip-prinsip yang harus diterapkan agar media tersebut dapat bekerja dengan efektif dan meraih capaian yang diharapkan dalam *multimedia learning* yaitu mengingat (*remembering*) dan memahami (*understanding*).

5. Video-video mengenai KAA yang ada di YouTube belum efektif untuk menarik perhatian audiens karena belum menerapkan prinsip *multimedia learning*, maupun karena cara penyampaian dan olah video yang kurang sesuai dengan preferensi Gen Z saat ini.
6. Tren *Virtual Youtuber* yang menggunakan karakter virtual dengan gaya anime sebagai pengganti wujud fisik manusia asli cukup populer untuk menarik perhatian audiens yang sebagian besar merupakan Gen Z. Penggunaan karakter virtual memiliki banyak potensi dan peluang kreatif yang dapat diterapkan untuk video dengan konten sejarah.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Konten, gaya visual dan penyampaian video seperti apa yang dianggap Gen Z menarik di YouTube?
2. Bagaimana cara merancang video animasi Konferensi Asia-Afrika yang tepat bagi Gen Z berdasarkan teori *multimedia learning*?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan karakter virtual untuk meningkatkan motivasi belajar sejarah Gen Z?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan permasalahan, berikut ialah tujuan dari penelitian yang akan dilakukan:

1. Meneliti dan menganalisis konten dan gaya visual video yang dianggap menarik oleh Gen Z di YouTube.
2. Merancang video animasi Konferensi Asia-Afrika yang tepat bagi Gen Z berdasarkan teori *multimedia learning*.
3. Mengetahui pengaruh penggunaan karakter virtual untuk meningkatkan motivasi belajar sejarah Gen Z.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dalam sisi akademis maupun praktis adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan pemahaman mengenai karakteristik dan preferensi Gen Z terhadap video di YouTube, penerapan teori *multimedia learning* dan potensi penggunaan karakter virtual untuk video animasi sejarah.
2. Sebagai referensi penelitian yang akan dilakukan dan pengembangan penelitian mengenai penerapan *multimedia learning* dan penggunaan karakter virtual dalam video animasi sejarah bagi Gen Z.
3. Sebagai referensi perancangan video animasi dengan konten edukasi yang menerapkan teori *multimedia learning* dan menggunakan karakter virtual untuk memotivasi semangat belajar Gen Z.
4. Memberikan pemahaman mengenai penyampaian materi sejarah dengan menggunakan konten video yang diunggah pada YouTube sebagai platform media sosial sebagai upaya meningkatkan motivasi dan jiwa nasionalisme Gen Z.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Mendapatkan pengalaman dan pendalaman wawasan mengenai karakteristik dan preferensi Gen Z, gaya visual dan teknik penyampaian dalam video animasi sejarah, teori *multimedia learning* yang diterapkan pada video untuk YouTube dengan melibatkan pendalaman teori, penelitian dari jurnal terkait dan sebagai peneliti yang bergerak dalam bidang industri kreatif, dan pengaruh penggunaan karakter virtual pada video animasi hasil rancangan.

2. Bagi Objek Penelitian

Sebagai pertimbangan dalam mengembangkan inovasi dan kreatifitas untuk merancang video animasi sejarah pada media sosial YouTube dengan menerapkan teori *multimedia learning* dan menggunakan karakter virtual guna meningkatkan motivasi belajar Gen Z untuk mempelajari tidak hanya sejarah Konferensi Asia-Afrika namun juga sejarah lain.

3. Bagi Pembaca dan Peneliti lain

Sebagai dasar untuk melanjutkan penelitian dan pengembangan lebih lanjut mengenai strategi perancangan video animasi sejarah untuk platform media sosial YouTube dengan teori *multimedia learning* dan penggunaan karakter virtual untuk memotivasi dan menumbuhkan semangat belajar sejarah.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian tesis ini terbagi menjadi lima bab yang tersusun dan terbagi sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan umum dari keseluruhan penelitian yang mencakup latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori makro hingga mikro yang berhubungan dengan objek penelitian serta fenomena-fenomena yang berkaitan dengan objek penelitian, yang disertakan penelitian terdahulu, kemudian dilanjutkan dengan kerangka teori dan asumsinya.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan analisis data sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian.

4. BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini hasil dari penelitian dielaborasikan secara sistematis. Mencakup sub bab awal yang menjabarkan hasil penelitian, kemudian dilanjutkan dengan analisisnya berdasarkan dengan tujuan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan jawaban dari rumusan masalah yang berkaitan dengan tujuan dan manfaat penelitian, kemudian diakhiri dengan saran yang diharapkan bagi penelitian selanjutnya.