

BAB I PENDAHULUAN

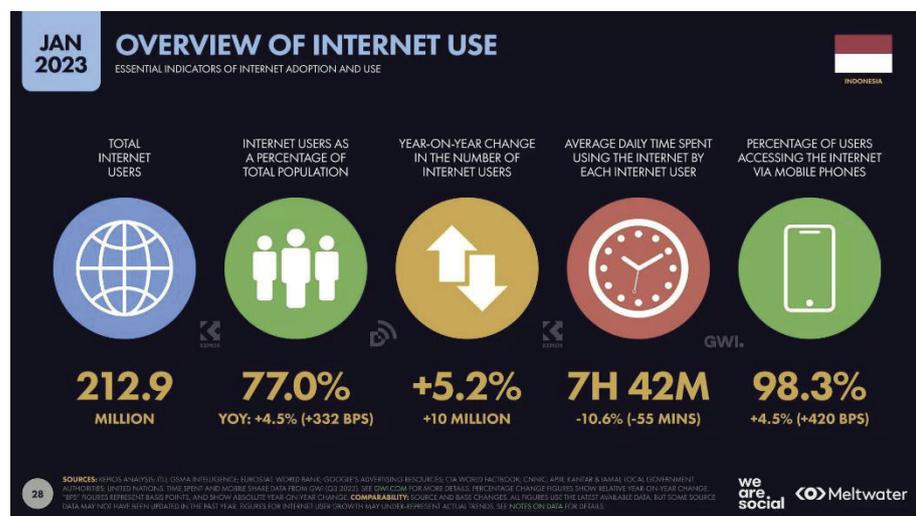
1.1 Latar Belakang

Seseorang yang menonton YouTube tentu memiliki motif tersendiri yang menarik untuk diteliti sebab berdasarkan laporan Databoks (2023) pada saat ini YouTube adalah salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan pengguna internet di seluruh dunia dengan adanya berbagai motif spesifik yang mendorong mereka untuk menonton. Motif tersebut muncul dikarenakan adanya kebutuhan yang perlu dipenuhi sehingga dengan munculnya motif ini membuat seseorang memiliki motivasi untuk menggerakkan perilaku dan tindakan dirinya dalam beraktivitas sebagai pemenuhan kebutuhan. Motif memiliki peranan penting pada setiap tindakan dan perbuatan manusia, atau mereka dapat dianggap sebagai dasar dari semua perilaku manusia. Motif sebagai sebuah variabel independen yang menjadi dasar dalam mempengaruhi penggunaan media (Kriyantono, 2009: 208). Beberapa individu sengaja menggunakan media sebagai pemenuhan motif dalam diri mereka. Media dianggap dapat memenuhi motif dari seseorang, apabila motif tersebut didapatkan maka kebutuhan orang itu juga akan terpenuhi. Maka dapat dikatakan juga media yang efektif apabila mampu memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pengguna (Kriyantono, 2009: 204).

Seiring dengan perkembangan penggunaan media pada saat ini, memberikan bukti bahwa motif atau ketertarikan individu dalam mencari dan memenuhi keingintahuannya terhadap informasi melalui media juga ikut berkembang, sehingga sesuatu yang dapat mendorong seseorang dalam bertindak untuk memenuhi kebutuhannya dapat dikatakan sebagai suatu motif. Adrianto, Komala, & Karlinah (dalam Kriyantono, 2009: 206) menyatakan bahwa sesuatu pengertian yang meliputi daya gerak, dorongan maupun alasan yang bersumber dari individu itu sendiri yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu maka disebut dengan motif. Sebelum era digital, media yang digunakan masyarakat dulu adalah media cetak dan elektronik, namun pada era digital saat ini masyarakat menggunakan media *online*. Media *online* atau media yang menggunakan internet saat ini telah menciptakan bermacam media sosial untuk sarana komunikasi antar individu. Seiring bertambahnya waktu, media

sosial mulai menjadi salah satu media yang paling populer digunakan oleh sebagian orang dalam proses pemenuhan informasi yang dibutuhkan di kehidupan sehari-hari.

Dengan berkembangnya teknologi, internet telah berkembang menjadi salah satu faktor penting untuk manusia untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan melalui media sosial. Penggunaan internet yang makin masif membuat pemanfaatannya menjadi beragam dan internet menjadi alasan pertama dalam mencari informasi (Kemp, 2023: 33).



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2023

Sumber: datareportal.com (Diakses pada Februari 2023)

Dalam *report* yang dilakukan oleh media dari Inggris yaitu *We Are Social* yang bekerja sama dengan *Meltwater*, dengan merilis laporan statistik “*Digital 2023: Indonesia*” yang diunggah pada tanggal 9 Februari 2023 memberikan hasil statistik yang menjelaskan bahwa angka pengguna internet aktif di Indonesia menyentuh angka 212,9 juta dari total 276,4 juta penduduk yang di mana angka ini sangat meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya mencapai 202 juta penduduk dan waktu yang digunakan oleh penduduk Indonesia dalam mengakses dan memanfaatkan internet adalah lebih dari 7 jam per harinya. Hal ini menunjukkan bahwa internet memiliki daya tarik tersendiri dalam memfasilitasi seseorang untuk mengakses internet sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang berhubungan dengan motif-motif tertentu. Pada hal

ini penggunaan media baru macam YouTube, dikatakan dapat mempermudah dan memenuhi kebutuhan manusia menjadi lebih ringkas.

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, media massa terus berkembang menciptakan media baru. *New media* atau media baru adalah seluruh media yang telah dipengaruhi oleh teknologi, media baru adalah media daring yang didasarkan terhadap internet, maju secara teknologi, dapat beradaptasi, berpotensi interaktif, dan mampu digunakan baik secara privasi maupun umum (Mondry, 2008: 13). McQuail (2011: 42) mengatakan bahwa *new media* ialah salah satu perantara komunikasi yang dapat digunakan seseorang dalam berinteraksi satu sama lain, berbagi atau mendapatkan informasi, memberikan pendapat, serta memperoleh kabar atau informasi terbaru dengan lebih cepat dan ringkas melalui jaringan internet. Menurut Castells (dalam McQuail, 2011: 44), awal mulanya internet ditujukan sebagai alat komunikasi non komersial yang digunakan oleh para profesional dalam bertukar data ke sesama mereka, sebagai penyedia berbagai barang atau jasa, dan juga menjadi cara lain untuk antar pribadi.

Media sosial merupakan jenis dari *new media*, yang mengacu pada perkembangan dari teknologi berbasis internet yang telah memudahkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi, berpartisipasi, dan membuat jaringan yang menggunakan internet. Pengguna juga dapat berpartisipasi dalam berbagi dan menyebarkan gambar, audio, dan video mereka sendiri. Salah satu media yang termasuk dalam kriteria tersebut adalah YouTube, melalui YouTube pengguna dapat membuat video mereka sendiri atau menonton banyak video gratis.

YouTube adalah bagian dari media baru yang populer dengan *tagline* mereka yaitu "*Broadcast Yourself*". YouTube ialah sebuah situs jejaring sosial untuk berbagi video maupun audio visual yang menyediakan berbagai macam informasi. Baskoro (2009) mengatakan bahwa YouTube adalah situs digital yang memungkinkan para penggunanya untuk mengunggah, mengunduh, serta membagikan video ke semua orang. YouTube sendiri memiliki misi untuk menyampaikan dan memberikan kebebasan berpendapat, serta menunjukkan

kepada dunia dan setiap orang. YouTube dapat dengan mudah diakses oleh siapa pun cukup dengan menggunakan gawai dan internet.

Berdasarkan hasil laporan statistik dari *We Are Social* dan *Meltwater* pada awal tahun 2023, YouTube sebagai *new media* termasuk bagian situs web yang paling banyak didatangi kedua setelah Google. Hasil laporan tersebut dapat dilihat dari data di bawah ini.

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	2.02 B	119 M	9M 42S	8.5
02	YOUTUBE.COM	833 M	70.6 M	21M 30S	11.6
03	FACEBOOK.COM	487 M	60.7 M	8M 24S	7.8
04	INSTAGRAM.COM	215 M	36.2 M	7M 45S	11.6
05	TWITTER.COM	192 M	29.7 M	3M 20S	2.1
06	WHATSAPP.COM	191 M	32.0 M	11M 57S	13.2
07	SHOPEE.CO.ID	165 M	45.1 M	5M 42S	5.8
08	DETIK.COM	157 M	31.0 M	6M 02S	5.8
09	KOMPAS.COM	157 M	40.1 M	5M 35S	2.6
10	HOTSTAR.COM	149 M	41.3 M	18M 08S	4.5
11	TOKOPEDIA.COM	141 M	39.9 M	6M 36S	6.6
12	TRIBUNNEWS.COM	138 M	36.8 M	5M 18S	2.9
13	PGAMES.NET	128 M	3.68 M	6M 38S	5.7
14	PIKIRAN-RAKYAT.COM	127 M	56.7 M	7M 32S	9.8
15	XNXX.COM	85.3 M	10.1 M	5M 20S	12.9
16	BRAINLY.CO.ID	83.1 M	21.3 M	7M 15S	5.4
17	GRID.ID	79.7 M	28.6 M	3M 44S	2.7
18	WIKIPEDIA.ORG	77.0 M	26.5 M	4M 17S	3.2
19	SUARA.COM	71.9 M	28.3 M	3M 11S	1.8
20	YANDEX.COM	66.1 M	10.1 M	1M 21S	2.7

Gambar 1.2 Data Situs Web Terpopuler

Sumber: datareportal.com (Diakses pada Februari 2023)

Dari data tersebut, sebanyak 833 juta pengguna setiap bulannya mengunjungi situs YouTube dengan menghabiskan rata-rata waktu dalam mengunjungi sebuah situs menjadi yang terlama dari 19 situs web populer yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa YouTube adalah media yang dapat memenuhi kebutuhan penonton, karena YouTube menyajikan berbagai konten, seperti konten pendidikan, konten musik, konten *talk show*, konten komedi, konten kuliner, konten perjalanan, konten vlog, konten horor, dan yang lainnya. Sebab YouTube merupakan media *online* berbasis video *sharing*, sehingga penonton merasa tidak cepat bosan untuk terus menonton dan mereka bisa mendapatkan informasi ataupun hiburan sembari menyaksikan visual dan suara.

Menurut Van Dijk (dalam Nasrullah, 2015), media sosial seperti YouTube merupakan platform media yang memiliki fokus pada eksistensi penggunanya yang bebas mengekspresikan kreativitas mereka. Media sosial dapat dikatakan

sebagai penyedia fasilitas secara daring yang membuat setiap individu bebas melakukan apa pun yang diinginkan. Setiap pengguna juga diberi kebebasan untuk mengikuti siapa pun yang mereka pilih di media sosial dan bebas menentukan jenis konten yang mereka gemari sehingga mereka akan menjadi *subscribers* pada kanal YouTube yang mereka sukai.

Pengguna yang melakukan kegiatan untuk menonton sebuah konten yang ada di YouTube disebut sebagai *viewers*. *Viewers* atau penonton cenderung untuk mengeksplorasi video konten dari berbagai sumber tanpa harus berlangganan secara khusus pada sebuah kanal YouTube yang mereka tonton. *Viewers* akan menjadi *subscribers* apabila pengguna tersebut sudah berlangganan terhadap kanal YouTube yang disukai. *Subscribers* memiliki arti pelanggan, kata pelanggan tersebut diartikan sebagai penonton atau pengguna yang memiliki ketertarikan terhadap kanal YouTube yang mereka sukai untuk menonton, berinteraksi, dan mengikuti *update* terbaru dari kanal tersebut. Jadi, perbedaan utama yang membedakan antara *viewers* dan *subscribers* adalah akses yang didapatkan dalam mencari sebuah konten yang diperlukan oleh *viewers* dan *subscribers*. *Subscribers* mendapatkan akses khusus dengan lebih cepat dalam menemukan sebuah konten yang dibutuhkan pada kanal YouTube yang sudah mereka *subscribe*, seperti melalui menerima notifikasi pembaruan tentang konten terbaru, sementara *viewers* perlu mencari secara manual konten video dari kanal yang ingin mereka tonton melalui fitur pencarian pada YouTube. Saat ini, perkembangan YouTube dapat digunakan oleh siapa pun tidak harus dari kalangan artis atau *public figure*, tapi juga bebas digunakan oleh masyarakat dari kalangan apa pun yang ingin menunjukkan eksistensinya atau hanya sekedar berbagi informasi dengan memproduksi konten video di dunia maya melalui YouTube dengan syarat terkoneksi dengan internet.

Beragamnya jenis konten yang tersedia di YouTube, video konten edukasi merupakan salah satunya. Melalui konten edukasi yang ada di YouTube, dapat mempelajari sesuatu dari ilmu yang didapat sehingga masalah yang ada dapat terselesaikan khususnya mahasiswa. Menonton konten edukasi bagi seorang mahasiswa dapat membantu mengatasi permasalahan seputar perkuliahan mereka, khususnya bagi mahasiswa yang memiliki rencana dan sedang

melakukan penyusunan tugas akhir atau skripsi. Skripsi ialah karya tulis ilmiah yang disusun oleh mahasiswa tingkat akhir sebagai bentuk syarat dalam menuntaskan program studi. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmalita (2022) mengatakan bahwa pada proses belajar dan peningkatan pengetahuan serta kemampuan seseorang melalui penggunaan media YouTube adalah perkembangan baru di era digital saat ini.

Dari hasil yang telah dipaparkan, peneliti dapat memahami bahwa YouTube sebagai *new media* banyak mempengaruhi seseorang dan sudah semakin menyatu dengan kehidupan mahasiswa, sebab adanya dukungan penggunaan internet yang dapat dengan mudah diakses. Peluang ini dimanfaatkan oleh orang-orang yang memiliki wawasan dan berkompeten dalam bidang edukasi, dengan melalui video YouTube memberikan informasi dan tips dan trik dalam mengerjakan skripsi dengan pembawaan yang mudah untuk dipahami. Hal ini membantu mahasiswa untuk memperoleh informasi dan pemahaman baru terhadap skripsi. Berikut data para YouTuber edukasi skripsi yang ada di Indonesia yang memiliki *subscribers* tinggi:

Tabel 1.1 Kanal YouTube Edukasi Skripsi di Indonesia

NO.	KANAL YOUTUBE	SUBSCRIBERS
1.	Buiramira Official	323.000
2.	Chodijah Makarim	238.000
3.	Tirta Mursitama	62.000

Sumber: Olahan Peneliti, 20 Februari 2023

Kanal edukasi seputar skripsi merupakan salah satu macam konten dari YouTube yang sekarang menjadi pilihan untuk mahasiswa yang di dalamnya terdapat beragam video pembekalan informasi skripsi seperti langkah-langkah penyusunan skripsi, tips dan trik yang diperlukan dalam menyusun skripsi, dan juga sudut pandang ketika sidang dalam setiap konten video tersebut memberikan informasi dengan jelas, sehingga *audiens* yang menyaksikan tayangan tersebut menjadi paham akan alur dan sistematis dalam penyusunan skripsi yang sebelumnya belum mengetahui atau mengalami permasalahan.

Dengan adanya konten tersebut menambah kesiapan mahasiswa tingkat akhir dalam menghadapi skripsi.

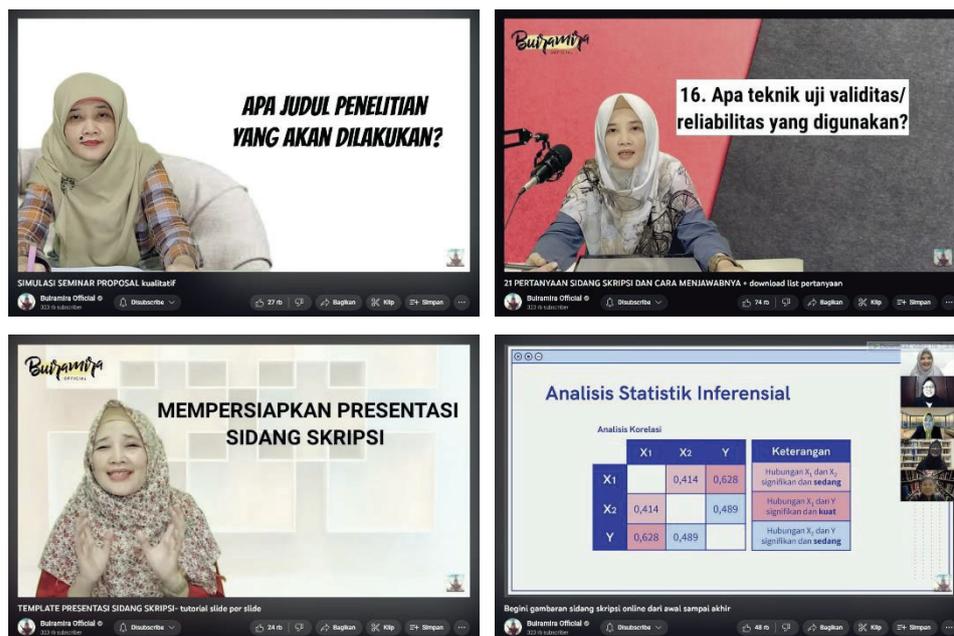
Tidak hanya dalam hal kualitas konten saja yang mereka sajikan, tetapi dari segi karakteristik pembawaan dari YouTuber edukasi yang mudah dimengerti akan membuat penontonnya menjadi nyaman dalam menonton video mereka dan mudah untuk mengenali kanalnya, sehingga penonton akan menjadi berlangganan dan menjadi *subscribers* dari kanal mereka. Salah satu YouTuber edukasi dalam bidang skripsi yang memiliki karakteristik uniknya sendiri dengan ciri khas dalam menjelaskan dan menerangkan informasi kepada penontonnya serta memiliki *subscribers* terbanyak ialah Buiramira *Official*.



Gambar 1.3 Tampilan Profil Kanal YouTube Buiramira *Official*

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

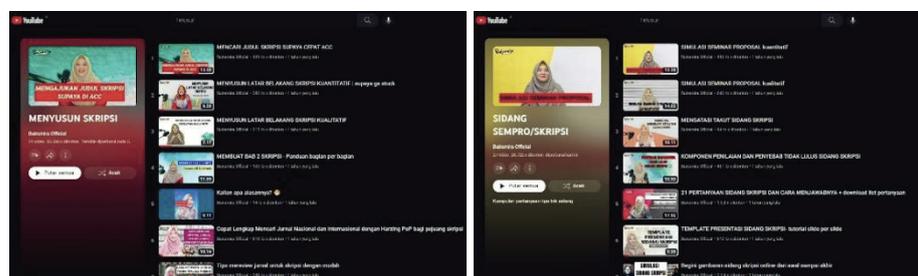
Buiramira *Official* adalah akun kanal YouTube yang ada di Indonesia yang menyajikan konten video-video seperti informasi tentang skripsi dan seputar perkuliahan. Pemilik akun kanal Buiramira *Official* merupakan seorang dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran dengan nama asli Dr. Ira Mirawati, M.Si. yang sering membagikan konten video mengenai langkah penyusunan skripsi atau pelaksanaan sidang skripsi. Berasal dari keresahan yang banyak dialami oleh para mahasiswa mengenai teknis penyusunan skripsi, Ira melihat peluang dan mencoba untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui menyajikan konten informasi dengan gaya penyampaian yang dikemas secara unik, berbeda, dan menarik.



Gambar 1.4 Contoh Video Simulasi dan Pelaksanaan Skripsi

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

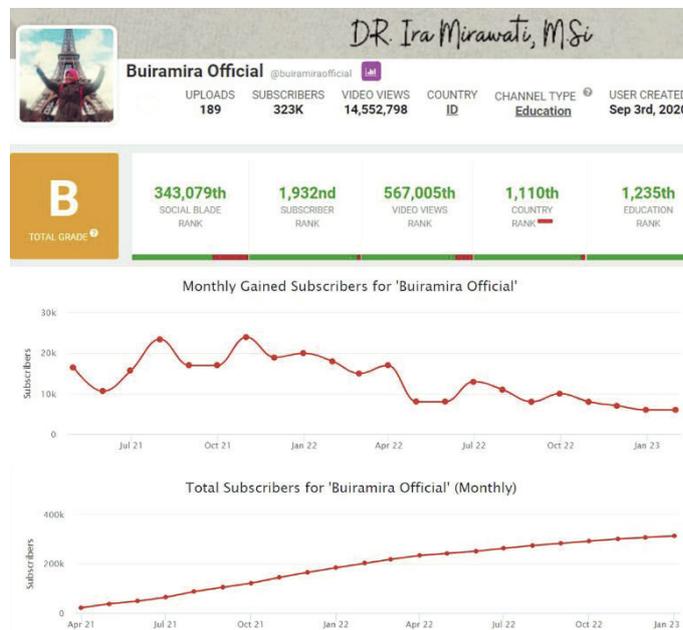
Jenis konten video tersebut merupakan jenis konten yang disukai dan ditonton oleh para *subscribers*, selain pembawaan Ira yang memberikan informasi dengan ringan dan jelas, Ira juga mengemasnya dengan memberikan sedikit unsur komedi sehingga penjelasannya tidak terlalu baku dan mudah untuk dinikmati dan tidak membuat penontonnya merasa cepat bosan. Pada kanal YouTube-nya, Buiramira *Official* memiliki beberapa kategori konten yang menarik lainnya yang telah disesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan oleh para penontonnya.



Gambar 1.5 Tampilan Konten MENYUSUN SKRIPSI dan SIDANG SEMPRO/SKRIPSI

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Bu Ira membuat akun kanal YouTube tahun 2020, pada saat itu video pertama yang diunggah pada kanal YouTube-nya adalah video tentang materi perkuliahan seputar ilmu komunikasi. Pada tahun 2021, Ira rutin mengunggah konten video tentang permasalahan skripsi melalui akun *Buiramira Official* pada platform TikTok dan sejak saat itu akun *Buiramira Official* dikenal oleh para *audiens*, tetapi karena keterbatasan durasi jangka waktu maksimal yang disediakan oleh TikTok hanya selama 3 menit dan permintaan yang semakin meningkat dari para penontonnya, maka *Buiramira Official* mulai beralih kembali ke akun YouTube-nya dengan membuat video seputar skripsi dengan durasi yang panjang.



Gambar 1.6 *Subscribers* Kanal YouTube *Buiramira Official*

Sumber: socialblade.com (Diakses pada Februari 2023)

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi pada penelitian ini ialah penelitian yang dilakukan oleh Sagita (2022) yang memiliki judul “Motif *Subscribers* Menonton Kanal YouTube Nessie Judge”. Ditemukan hasil bahwa penonton memiliki 3 motif terbesar yang mendorong untuk menonton kanal YouTube Nessie Judge. Ketiga motif tersebut yaitu motif informasi, motif interaksi sosial, dan motif hiburan. Berdasarkan hasil tanggapan informan, bahwa mereka memiliki dorongan untuk mencari dan mengetahui informasi lebih detail dari cerita horor, mistik, dan teori konspirasi yang mereka ketahui

dan pernah membaca sebelumnya sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dan untuk motif interaksi sosial agar mereka mendapatkan bahan diskusi apabila melakukan interaksi bersama teman atau keluarga. Sementara itu, untuk motif hiburan, keinginan mereka untuk menonton video cerita horor, mistik, dan teori konspirasi tersebut sebagai sarana dalam mengisi waktu luang dan penyaluran emosi untuk mengatasi kejenuhan, sehingga yang menjadi perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada jenis kontennya, di mana pada kanal Nessie Judge jenis kontennya bertema horor, sedangkan pada kanal YouTube Buiramira *Official* bertema edukasi.

Kanal Buiramira *Official* dapat menjadi topik penelitian yang menarik dengan berfokus pada motif *subscribers* menonton kanal YouTube Buiramira *Official*. Peneliti ingin mempelajari lebih lanjut tentang motif para *subscribers* dalam menonton kanal YouTube Buiramira *Official*. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Motif *Subscribers* Menonton Kanal YouTube Buiramira *Official*”**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan judul penelitian tersebut, maka penelitian ini berfokus pada Motif *Subscribers* Menonton Kanal Buiramira *Official*.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apa motif yang dimiliki *subscribers* dalam menonton kanal YouTube Buiramira *Official*?
2. Apakah motif yang dimiliki *subscribers* saling memiliki keterkaitan?

1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk pada fokus penelitian, maka tujuan yang ingin didapat pada penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui motif apa yang dimiliki *subscribers* dalam menonton kanal YouTube Buiramira *Official*.

2. Untuk mengetahui keterkaitan motif diantara motif yang dimiliki *subscribers*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan uraian yang dapat berguna secara teoritis sebagai sumber acuan dan pembelajaran bagi mahasiswa ilmu komunikasi dalam mengembangkan bidang ilmu komunikasi massa, dan juga akan menambah wawasan informasi bagi mahasiswa ilmu komunikasi tentang motif *subscribers* dalam menonton kanal YouTube.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru atau masukan bagi pengguna tentang motif menggunakan media YouTube dan diharapkan juga dapat memperluas perspektif tentang fenomena dan penggunaan media sosial.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.2 Periode Penelitian

No.	Keterangan	2023							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst
1.	Mencari dan menetapkan fenomena penelitian yang akan diangkat								
2.	Melakukan pra penelitian								
3.	Menentukan judul penelitian								
4.	Penyusunan BAB I								
5.	Penyusunan BAB II								
6.	Penyusunan BAB III								
7.	Pendaftaran <i>Desk Evaluation</i>								
8.	Revisi Proposal Skripsi								
9.	Penyusunan BAB IV dan V								
10.	Pendaftaran Sidang Skripsi								
11.	Pelaksanaan Sidang Skripsi								

Sumber: Olahan Peneliti, 2023