

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri teknologi dan internet di era *digital* ini sangat berpengaruh besar dalam berbagai bidang, salah satunya ialah bidang *gaming* yang dikutip dari geotimes.id. Menurut kumparan.com, dengan bantuan dari kecanggihan teknologi, bantuan pemerintah, serta partisipasi masyarakat untuk berkarya menjadikannya memiliki pengaruh besar. Dimana, partisipasi tersebut sering dijumpai karyanya melalui *platform* media sosial yang memungkinkan para pemain *game* dapat berinteraksi langsung kepada penggemar dan penonton. Melalui hal tersebut, industri *gaming* telah menghasilkan dampak signifikan dalam kehidupan yang memengaruhi cara mereka berhubungan, belajar, dan bersosialisasi (Dananjaya, 2022). Eksistensinya terdapat pada media Youtube, sebagai *platform* yang mendapatkan *engagement* tertinggi dari data idn.media dalam konten siaran langsung bidang *gaming e-sport*.

Popularitas bidang tersebut dimulai dari tahun 2020 lalu ketika Youtube *gaming* menjadi *platform streaming games* paling populer dengan presentase 72% dikutip dari databoks.katadata.co.id. Kemudian di tahun 2023 pula, berdasarkan riset terbaru melalui marketeers.com Youtube menjadi *platform* andalan yang dipilih oleh Generasi Z (Gen Z) rentan umur 18-24 tahun. Pertumbuhan Gen Z seiring dengan kemajuan teknologi telah memengaruhi sifat, tingkah laku, dan metode pembelajaran mereka dalam kehidupan sehari-hari. Dimana kehadiran Gen Z telah mengubah lanskap dunia *gaming* sebagai pemain aktif, pembuat konten, dan pemain profesional yang telah mengguncang industri *gaming* (Suyanto, 2021). Hal tersebut didukung oleh peran kreator dalam memproses produksi konten – konten video interaktif menjadi pondasi Youtube semakin informatif, menghibur, dan edukatif bagi audiens khususnya Gen Z (Trigartanti, 2018).

Peran kreator konten sebagai profesi baru telah menjadi relevan dalam konteks Poin 8 dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*) yang mengedepankan "Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi". Dengan ekspansi dunia *digital*, para kreator konten memiliki kesempatan untuk

menciptakan lapangan kerja, baik bagi diri mereka sendiri maupun bagi orang lain yang terlibat dalam produksi dan promosi konten mereka, dikutip dari sdgs.bappenas.go.id. Dalam id.linkedin.com, kreator konten merupakan profesi yang menjanjikan untuk dapat mengembangkan jalan kehidupan dan menciptakan peluang bisnis di era *digital*. Maka sebagai profesi yang menjanjikan, tentunya banyak sekali yang perlu di perhatikan dan di butuhkan keahlian khusus. Sebagai seorang kreator konten, diperlukannya memiliki kemampuan fotografi, videografi, dan *editing* serta *brainstorming* ide sangat perlu dikuasai. Hal ini dikarenakan konten yang baik dan menarik biasanya membutuhkan visual yang menarik dan berkualitas. Dengan begitu, pentingnya memiliki *hard skill* maupun *soft skill* tentunya agar dapat evaluasi kualitas konten hingga menaikkan *engagement* (Putra, 2022).

Dalam prosesnya, ternyata masih banyaknya konten-konten video kreator yang mendapat teguran oleh KPAI karena dinilai terdapat unsur negatif. Dimana, oknum-oknum kreator tersebut memproduksi konten video tidak sesuai prosedur yang seharusnya diperhatikan bobotnya (Mahdia, 2018). Menurut (Arzulan, 2023) seorang kreator khususnya kreator konten Youtube *gaming* berperan penting dalam mengubah tingkah laku negatif remaja. Selain itu, media massa juga berperan dalam mengubah tingkah laku mengingat konten tersebut diwadahi oleh *platform* seperti Youtube. Sejatinya sebagai kreator konten tentu memiliki pengaruh yang besar bagi para audiens di media sosial. Hal tersebut tak bisa dipungkiri karena media sosial memiliki kemampuan menjangkau berbagai kalangan secara luas. Sehingga perlunya memerhatikan konten yang dibuatnya tidak merendahkan, mencela, bahkan merugikan pihak siapapun (Suyanto, 2021).

Dengan begitu, penerimaan seorang kreator oleh khalayak pasti memiliki keterkaitan dengan sejauh mana sumbernya dianggap kredibel diperoleh melalui kontennya. Semakin tinggi tingkat kredibilitas suatu sumber, semakin besar pula dampaknya terhadap audiens. Membangun kredibilitas perlu memperhatikan beberapa komponen yakni kejujuran, kompeten, dan reputasi yang baik bagi seorang kreator. Memproduksi konten berupa video merupakan alat untuk membantu seorang kreator dalam membangun kredibilitas tersebut sehingga dapat memperkuat hubungan dengan audiens (Nofha, 2019).

Sebagai seorang kreator konten perlu memproduksi konten video interaktif yang sesuai dengan kebutuhan dari target yang telah ditentukannya. Memberikan inspirasi, hiburan, hingga kebutuhan informasi perlu diperhatikan oleh kreator konten yang mana akan dengan mudah menghubungkan mereka dengan audiens mereka. Selain membangun tujuan, langkah awal dari kreator tersebut perlu memprodukasinya yang sesuai dengan *passion* dibidang yang digelutinya (Ati, 2021). Windah Basudara merupakan salah satu kreator konten *streaming* dibidang *gaming* pada media Youtube yang terjustifikasi sebagai berikut.



Gambar 1. 1 Daftar Kreator Populer Tahun 2022 Versi Youtube

Sumber: <https://www.suara.com/tekno/2022/12/02/122746/daftar-creator-youtube-terpopuler-di-indonesia-2022-windah-basudara-juara> (Diakses pada 3 November 2023 pukul 21:05)

Diantara banyaknya kreator konten di Youtube Indonesia, Windah Basudara merupakan salah satu kreator konten populer menempati urutan pertama versi Youtube 2022 pada gambar 1.1. Windah Basudara merupakan kreator konten yang berhasil memulai karirnya dengan memainkan banyak jenis *games* sejak tahun 2018. Karirnya ditahun 2023 selain menjadi kreator konten, Windah juga telah menjadi *Brand Ambassador* dari salah satu tim *e-sport* ternama di Indonesia yaitu Rex Regum Qeon atau RRQ.



Gambar 1. 2 Grafik Streamer Youtube Gaming Terpopuler di Dunia Tahun 2023

Sumber: <https://streamscharts.com/news/most-popular-youtube-gaming-streamers-q1-2023> (Diakses pada 18 November 2023 pukul 20:33)

Pada tanggal 13 bulan April 2023 lalu, terdapat grafik dari data *streamers* Youtube *gaming* terpopuler didunia melalui survei StreamsCharts.com. Dari gambar 1.2 Windah Basudara menempati posisi di urutan ke dua setelah Youtuber Virtual wanita yang berasal dari Jepang. Diketahui bahwa selain Windah Basudara, terdapat 2 Youtuber *gaming* berasal dari Indonesia lainnya yakni MARSHA OZAWA dan XINNN yang masuk kedalam grafik tersebut. Dimana, Windah Basudara menjadi urutan pertama Dari ketiga perwakilan *streamers gaming* Indonesia dengan total 150.000.000 penonton terbanyaknya dalam penayangan konten selama 223 jam 30 menit dalam Youtube.



Gambar 1. 3 Windah Basudara sebagai Pemenang Nominasi Social Media Icon Indonesia Favorit Versi Amazing Kids Favorite Awards GTV Tahun 2023

Sumber: https://www.instagram.com/p/Czv4rvuyUUE/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFlZA== (Diakses pada 18 November 2023 pukul 20:43)

Di bulan November tahun 2023 pula, pada gambar 1.3 tersebut, Windah yang dijuluki sebagai bapak dari bocil kematian menjadi *Social Media Icon* Indonesia anak-anak di ajang *Amazing Kids Favorite Awards* GTV. Hal tersebut membuat peneliti memfokuskan target penelitian pada Generasi Z yang menjadi generasi anak-anak dimulai dari usia 8 tahun menurut djkn.kemenkeu.go.id. Melalui justifikasi yang telah dipaparkan, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh dari kredibilitas komunikator Windah Basudara yang telah menjadi kreator populer melalui media Youtube sebagai *icon*-nya terhadap sikap *subscribers* Gen Z.



Gambar 1. 4 Youtube Channel Windah Basudara

Sumber: <https://www.youtube.com/@WindahBasudara> (Diakses pada 5 November 2023 pukul 22:54)

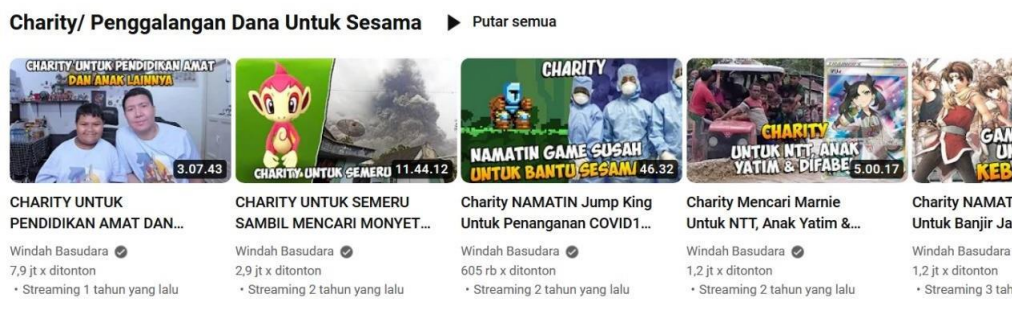
Pada gambar 1.4 merupakan tampilan dari kanal Youtube @WindahBasudara yang telah mendapatkan *subscribers* dengan total hingga 11.8 juta jumlahnya. Windah telah mengunggah konten-kontennya hingga 4.600 video yang dimulai dari tahun 2018. Windah dikenal sebagai kreator *streamer gaming* dengan memainkan berbagai jenis *game* dari dalam negeri maupun luar negeri. Dengan begitu, Windah selalu memproduksi konten – konten videonya dengan fitur siaran langsung atau *live stream* secara *realtime* dan interaktif melalui kanal Youtube Meskipun Windah terkadang mengunggah konten video biasa.



Gambar 1. 5 Interaksi Komentar di *Live Chat* dan Penonton *Reply*

Sumber: <https://www.youtube.com/@WindahBasudara> (Diakses pada 21 November 2023 pukul 21:44)

Konten siaran langsung (*live stream*) pada dasarnya memudahkan kreatornya agar dapat menjangkau audiensnya dengan berinteraksi secara langsung melalui fitur *live chat* yang hanya tersedia disaat *stream* berlangsung. Dalam proses interaksi Windah dan penontonnya seperti pada gambar 1.5 terdapat berbagai aktivitas interaktif secara *realtime* ketika siaran langsung sedang berlangsung. Pada gambar 1.5 tersebut memberikan gambaran dari terbentuknya respon yang dipengaruhi oleh konten siaran langsung tersebut. Hal tersebut memengaruhi pandangan dan opini para penonton yang ditandai dengan terus terjadi timbal balik dari pesan yang disampaikan oleh kreator kepada respon yang diberikan audiens dalam komentar.

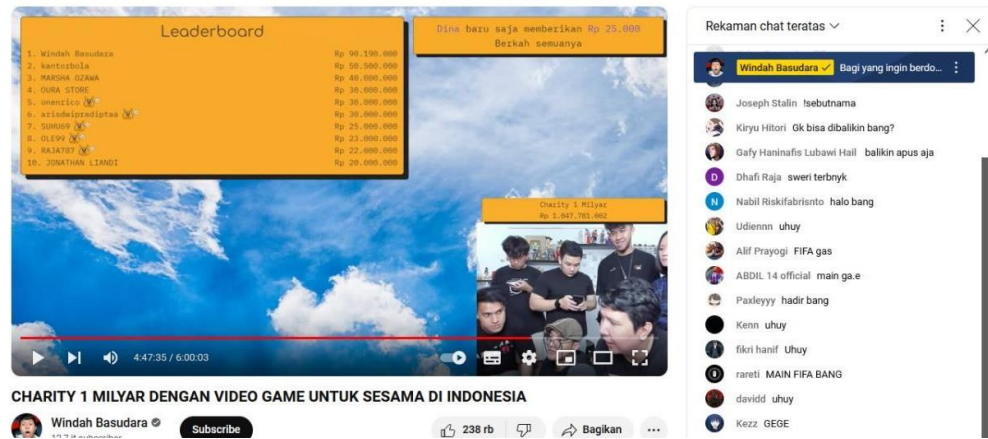


Gambar 1. 6 Berbagai Konten *Charity* Windah

Sumber: <https://www.youtube.com/@WindahBasudara> (diakses pada 20 Maret 2024 pukul 00:27)

Disisi lain, seperti pada gambar 1.6 Windah Basudara yang dikenal sebagai kreator *gaming* memanfaatkan *channel* youtubenanya dengan melakukan kegiatan *charity* atau galang dana. Kegiatan *charity* tersebut telah dilakukan beberapa kali sejak tahun 2021 hingga terakhir ditahun 2023 lalu. Di kutip dari liputan6.com, di tahun

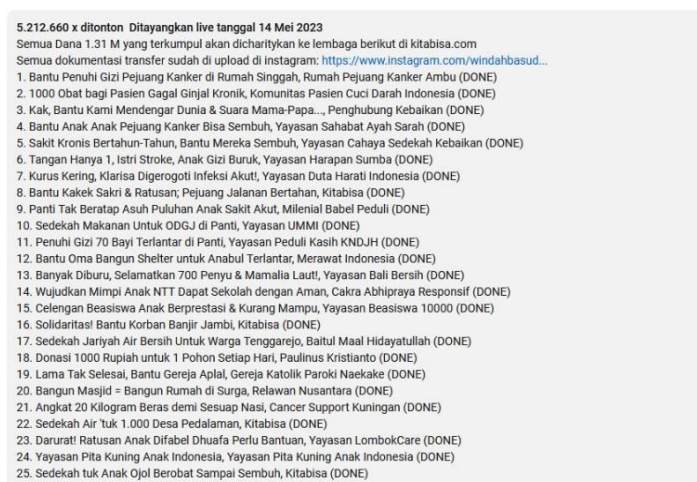
2023 rekornya Windah Basudara telah sukses melakukan *charity* yang mana berhasil mengumpulkan uang donasi sebesar 1,3 milyar dilakukan selama 6 jam non stop melalui Youtube *Channel*-nya di gambar 1.7 dibawah ini.



Gambar 1. 7 Konten Streaming Charity 1 Milyar

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=PKII0xdUo6k> (diakses pada 8 Maret 2024 pukul 00:20)

Sejak dari tahun 2021, setiap kegiatan *charity* atau galang dana tersebut disalurkan kepada yayasan yang sudah terverifikasi jelas keberadaannya. Seperti halnya dengan kegiatan *charity* 1 milyar tersebut dipaparkan dengan rinci donasi di salurkan diberbagai lembaga melalui perantaranya pada *platfrom* kitabisa.com. Pada gambar 1.8 merupakan paparan lembaga-lembaga yang telah menerima donasi.



Gambar 1. 8 Deskripsi Youtube Windah Basudara

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=PKII0xdUo6k> (diakses pada 20 Maret 2024 pukul 00:44)

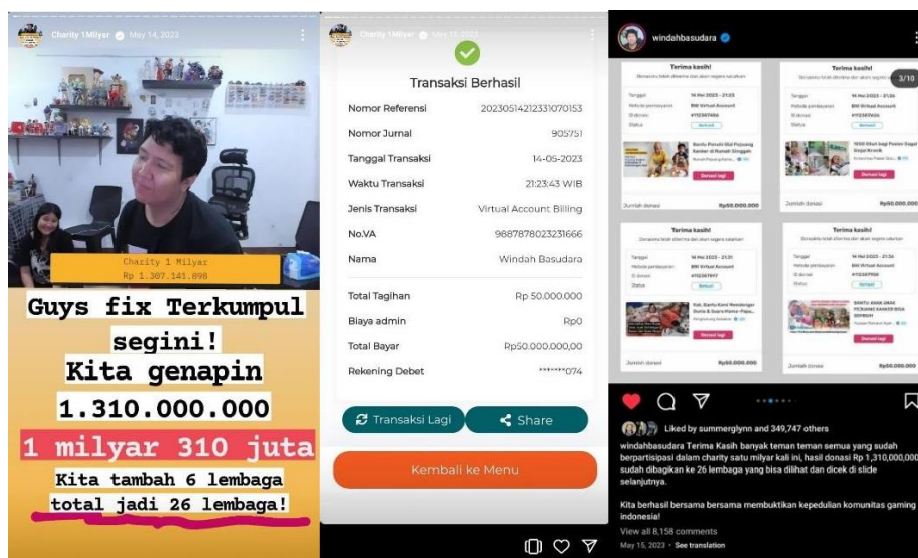


Gambar 1. 9 Media Instagram @windahbasudara

Sumber: <https://www.instagram.com/windahbasudara?igsh=MTVwMzc0eW1zZXFhd>

Q== (diakses pada 8 Maret 2024 pukul 00:15)

Selanjutnya, media Instagram digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan pergerakan lebih lengkap atau *detail*-nya. Bilamana di media Youtube hanya di paparkan berupa narasi atau text dari nama-nama lembaga yang menerima donasi. Namun, di media Instagram di informasikan lebih lengkap sebagaimana seperti pada gambar 1.10 dibawah ini.

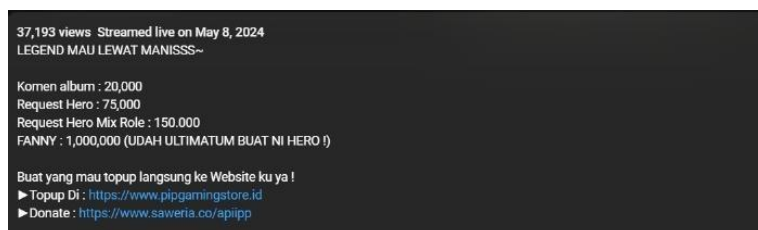


Gambar 1. 10 Bukti Donasi yang disumbangkan

Sumber: <https://www.instagram.com/windahbasudara?igsh=MTVwMzc0eW1zZXFhd>

Q== (diakses pada 8 Maret 2024 pukul 00:15)

Pada gambar 1.10 diatas diberikan informasi detail terkait pembulatan hasil akhir dana yang dikumpulkan, bukti transaksi penyerahan uang dari bank, maupun tangkapan layar lembaga pada situs kitabisa.com. Lazimnya, sebagai kreator *streaming* kebanyakan mereka akan menaruh *link* donasi di deskripsinya yang mana donasi tersebut akan masuk ke kantung pribadinya. Pada gambar 1.11 yang merupakan tangkapan layar kondisi bagaimana seorang kreator *gaming* menaruh *link* donasi-nya dikala ia sedang melakukan siaran langsung.



Gambar 1. 11 Link Donasi

Sumber: <https://www.youtube.com/@Afifyulistian> (diakses pada 13 Mei 2024 pukul 22:35)

Berbeda halnya, Windah Basudara hanya menerima dan menaruh *link* donasi untuk kepentingan *charity*-nya saja yang dilakukan secara transparansi. Sebagai pendukung, peneliti telah menemukan adanya temuan penelitian terdahulu dengan judul “Penerimaan Citra Windah Basudara oleh Penonton Pada Konten *Charity* di Youtube” dalam (Sefrandov, 2022). Dimana, hasil dari penelitiannya terdapat informannya yang menyebutkan Windah Basudara dalam konten *charity*-nya disanjung karena ia lebih sopan, jujur, dan tanggung jawab atas donasi yang diterima. Selain itu, beberapa informan hanya fokus menonton permainan yang dimainkannya saja dan tidak fokus kepada *charity* yang dilakukan. Namun, disisi lain terdapat juga informan yang menyukai pembawaan diri Windah Basudara diluar dari konten *charity*-nya yang terbilang *toxic*. Penelitian yang mengkaji Windah Basudara tersebut digunakan sebagai pendukung untuk penjelasan kebaruan pada penelitian ini.

Dikatakan dalam (Farisi & Sukendro, 2023) yang mengkaji Windah Basudara dari segi *personal branding*-nya bahwa Windah Basudara merupakan pribadi yang apa adanya, tegas, ramah dan bijaksana. Windah membentuk *personal branding* dengan cara menjaga daya tariknya. Seperti halnya ia disebut bijaksana dikarenakan Windah tidak ingin menerima sawer dari para penotonnya selain untuk konten khusus *charity*. Selain itu, pembeda dirinya dengan kreator *streaming* lainnya adalah *gimmick* atau

cuplikan akting pendek merupakan gaya dari cara ia mengemas konten *gaming*-nya agar kerap dapat menghibur audiens.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan bahwasanya ini menjadi urgensi dalam penelitian ini. Dimana, Windah Basudara berhasil membangun citra diri dengan baik melalui konten kegiatan *charity* tetapi masih tidak dipastikan kredibilitas dirinya dalam konten *gaming* sebagai peran utama dirinya. Kredibilitas dari seorang kreator merupakan sebuah pengaruh bagi audiens-nya untuk dapat mempertimbangkan bagaimana pembentukan dari sikapnya (Savitri, 2019). Mengingat media massa merupakan wadah kreator untuk memproduksi konten agar dapat disebarluas kepada audiens (Arzulan, 2023). Dengan begitu Youtube sebagai *platform* media massa yang dinyatakan sebagai *platform* dengan konten yang mendalam dan relevan menurut hasil survei. Hal tersebut ditandai dengan kredibel-nya kreator melalui konten yang dibuatnya sehingga terciptanya pembentukan sikap (Nofha, 2019).

Dalam (Nofha, 2019) penelitian McCroskey,1970; Hovland *et al.*; 1953; Mills dan Haevey, 1972 membuktikan bahwa kredibilitas atau kepercayaan sumber (*prior ethos*) memengaruhi kemampuan komunikator untuk dapat mengubah sikap audiens ke arah yang diinginkan. Diperjelas oleh (Ramdan, 2022) sikap mencerminkan bagaimana seseorang menilai objek, individu, atau peristiwa tertentu, dan mengungkapkan perasaan individu terhadap hal tersebut. Disisi lain, di jelaskan oleh Van Dijk dalam (Junawan, 2020) media sosial adalah platform media yang memudahkan pengguna dalam berinteraksi antara pembuat konten dan penonton. Seiring dengan kemajuan teknologi telah memengaruhi sifat, tingkah laku, dan metode pembelajaran mereka dalam kehidupan sehari-hari (Zeval, 2023).

Berdasarkan pada penelitian (Nofha, 2019) membuktikan adanya pengaruh antara kredibilitas *youtuber* terhadap sikap dengan dinyatakan bahwa besar pengaruh yang dimiliki variabel kredibilitas (X) terhadap variabel sikap penonton (Y) adalah 0,681 atau sama dengan 68,1% yang dibuktikan berdasarkan uji koefisien determinasi. Hal tersebut menyatakan kredibilitas *youtuber* memberikan pengaruh sebesar 68.1% terhadap sikap penonton pada *channel* Youtube Atta Halilintar. Peneliti menemukan kembali penelitian terdahulu yang mengkaji sikap *subscribers* dalam (Muthmainah, 2023) yang berjudul “Hubungan Kualitas Informasi Pada Kanal Youtube Yulia Baltschun Dengan Sikap Subscribers”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui

hubungan relevansi antara kualitas dari informasi dengan sikap *subscribers*. Selain itu, dalam (Sudrajat, 2021) penelitian yang berjudul “Hubungan antara Tayangan *Youtube* Protokol Kesehatan *Corona* dengan Sikap *Subscribers* dalam Mematuhi Protokol Kesehatan” mengkaji sikap *subscribers*-nya.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada penggunaan objek yakni mengkaji pada kanal Youtube Windah Basudara serta teori yang digunakannya. Dengan begitu melalui penelitian ini, peneliti ingin mengkaji kembali dengan komunikator dan subjek yang berbeda. Dalam penelitian ini akan mengukur seberapa besar pengaruh dari kredibilitas pada Youtube Channel Windah Basudara dengan sudut pandang ilmu komunikasi terhadap sikap audiens. Peneliti akan melakukan analisis kajian komunikator dengan teori Stimulus Organism Respon (S-O-R) sebagai landasan untuk diteliti. Dengan begitu diharapkan dapat menjadi jembatan dari penyelesaian masalah dalam mengkaji diranah komunikasi efek yang timbul baik dari komunikatornya terhadap khalayak atau komunikasi melalui medium.

Penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan metode kuantitatif untuk melakukan pengukuran atas fenomena sosial dengan melakukan penjabaran komponen masalah dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis ini dilakukan guna melihat sikap audiens yang dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator melalui kanal Youtube Windah Basudara. mulai dari proses pengumpulan data hingga penafsiran dan penyajian hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, di mana data yang diperlukan dikumpulkan melalui penggunaan angket atau kuesioner. Dari uraian tersebut, peneliti akan melakukan kajian yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas Kreator pada Youtube *Channel* Windah Basudara terhadap Sikap *Subscribers* Generasi Z”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini maka peneliti ingin mengidentifikasi permasalahan terkait dengan seberapa besar pengaruh kredibilitas kreator pada Youtube *channel* Windah Basudara terhadap sikap *subscribers* Generasi Z?.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur besaran pengaruh kredibilitas komunikator pada Youtube channel Windah Basudara terhadap sikap *subscribers* Generasi Z.

1.4. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara akademik dan praktis :

1.4.1 Kegunaan Praktis

- a. Peneliti berharap pada penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara akademik khususnya dalam ilmu pengetahuan komunikasi dalam konteks kredibilitas komunikator terkait perubahan sikap.
- b. Peneliti berharap pada penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan pengembangan penelitian dalam kredibilitas komunikator dan perubahan sikap di bidang ilmu pengetahuan komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Akademis

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara praktis dalam hal penggunaan ilmu komunikasi pada pengaruh kredibilitas komunikator terhadap pembentukan sikap oleh audiens.
- b. Peneliti berharap penelitian ini dapat disempurnakan kembali dengan mengubah dan menambah kajian komunikator yang perlu dikaji dalam konteks kredibilitas komunikator dan pembentukan sikap.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode penelitian mengenai “Pengaruh Kredibilitas Komunikator melalui Kanal Youtube Windah Basudara terhadap Perubahan Sikap *Subscribers* Generasi Z” yang dilakukan pada tahun 2023, dimulai pada bulan Oktober 2023

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Tahapan	Tahun 2023			Tahun 2024					
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni
1	Analisis Fenomena	■								
2	Penulisan BAB I	■	■							
3	Penulisan BAB II		■	■						
4	Penulisan BAB III			■						
5	Pengajuan Desk Evaluation				■					
6	Revisi Desk Evaluation									■
7	Penelitian Lapangan (Penyebaran Kuesioner)					■	■	■		
8	Penulisan BAB IV & V							■	■	
9	Pemeriksaan Hasil Penelitian								■	■
10	Pengajuan Sidang Skripsi									■

Sumber: Olahan Peneliti, 2023

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran terkait penelitian yang dilakukan dan berisi mengenai materi yang dibahas dalam setiap bab. Dalam skripsi ini terbagi menjadi lima bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Kegunaan Penelitian
- 1.5 Waktu dan Periode Penelitian
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Tinjauan Pustaka
- 2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB II METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran

3.3 Populasi dan Sample

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6 Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

4.2 Hasil Penelitian

4.3 Pembahasan Penelitian

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran