

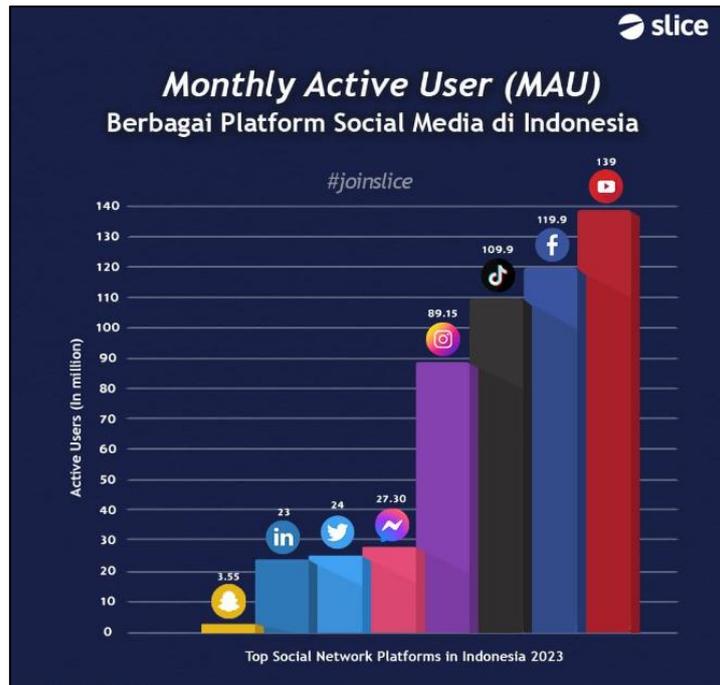
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Memperoleh dan mengakses informasi pada era digital ini sangat mudah untuk dilakukan, terlebih sudah banyak *platform* media sosial yang telah tersedia. Pada jurnalnya (Yusuf et al., 2023:2) menjelaskan media sosial merupakan *platform* daring yang memungkinkan penggunaannya untuk dengan mudah menggunakan layanan tersebut guna memenuhi kebutuhan komunikasi mereka. Selanjutnya (Liedfray et al., 2022:2) berpendapat media sosial adalah *platform* media daring yang memungkinkan penggunaannya untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten dalam lingkungan virtual. Dengan krusialnya peran media sosial di era digital ini berpengaruh kepada cepat dan masifnya penyebaran informasi itu sendiri. Media sosial ialah seperangkat alat komunikasi serta kolaborasi baru yang dapat menunjang keberlangsungannya beragam bentuk interaksi yang dahulu tidak dapat diakses oleh para orang awam (Brogan, 2010). Dengan segala kemudahan dan keefisienan yang ditawarkan dalam penggunaan media sosial itu sendiri-lah, yang menciptakan era teknologi baru dimana media sosial menjadi *platform* utama sebagai media untuk bertukar informasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan individu lain. Kemampuan media sosial dalam menghilangkan batasan-batasan waktu, geografis dan dimensional memungkinkan manusia untuk mempersingkat waktu dan dimensi-dimensi yang ada sehingga terjadilah sebuah percepatan alur informasi (Putri et al., 2022:03).

YouTube menjadi salah satu *platform* unggulan yang dapat diakses oleh para pengguna media sosial sebagai media untuk memperoleh informasi maupun sebagai wadah untuk berbagi dan berkomunikasi dengan para pengguna lainnya. YouTube adalah *platform* media sosial yang mampu menampung berbagai jenis konten video, termasuk edukasi, berita, hiburan, komedi, vlog, dan banyak konten video lainnya. (Qonita et al., 2023:198). Slogan utamanya sendiri yaitu “*Broadcast yourself, watch and share your videos worldwide*” merepresentasikan fitur utamanya sebagai *platform* yang berfokus untuk mengunggah video ke seluruh dunia. Dengan begitu pengguna YouTube dapat menonton konten pengguna lain di seluruh dunia melalui kanal pengguna lain. Kian tahun pengguna YouTube juga mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya penggunaan media sosial. Peningkatan tersebut tak luput dari dampak peningkatan jumlah pengguna sosial. Berikut merupakan data beberapa media sosial yang sering digunakan oleh para pengguna aktif di Indonesia:



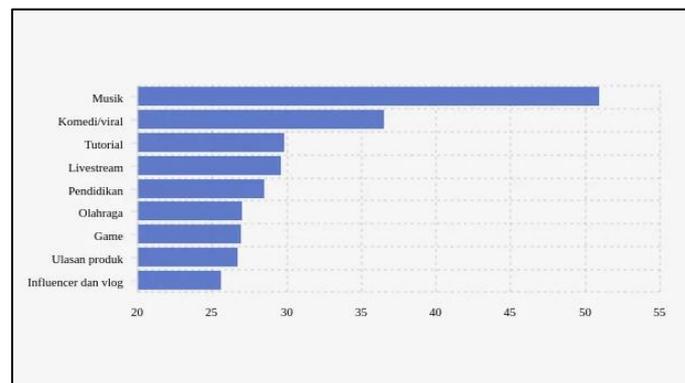
Gambar 1.1 Monthly Active User Platform Social Media di Indonesia 2019-2023

Sumber: datareportal.com (2023)

Menurut data dari datareportal.com yang tertera pada gambar 1.1, pada tahun 2023 jumlah pengguna media sosial keseluruhan di Indonesia mencapai 167 juta pengguna aktif. Meskipun mengalami penurunan sebesar 12,57% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, jumlah ini masih setara dengan 60,4% total populasi Indonesia. Jika dirinci lebih lanjut, YouTube memiliki 139 juta pengguna di awal tahun 2023, yang setara dengan 50,3% dari total populasi Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa YouTube menjadi salah satu *platform* media sosial yang sangat populer di Indonesia. Popularitas YouTube yang tinggi ini tidak terlepas dari kemudahan akses, beragamnya konten. Selain itu, YouTube juga banyak dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, edukasi, hingga kampanye digital yang menjangkau berbagai kalangan. Dengan jangkauan yang luas, YouTube memiliki potensi besar sebagai media strategis dalam penyebaran informasi dan komunikasi digital di Indonesia.

Konten vlog merupakan salah satu konten yang ditawarkan oleh *platform* YouTube. Pendakian merupakan aktivitas yang cukup digemari oleh para kaula muda di Indonesia, dan salah satu yang ditawarkan *platform* YouTube adalah konten vlog pendakian yang menyuguhkan tontonan alam pegunungan yang juga dapat dikunjungi oleh para pengguna. Pendakian merupakan aktivitas yang mengintegrasikan berbagai keahlian, termasuk panjat tebing, panjat es, serta keterampilan khusus lainnya, di samping pengetahuan mengenai alam liar (Rahmi et al., 2021:230). Selain memberikan tontonan berupa nuansa alam pegunungan, konten-konten vlog pendakian juga membagikan informasi dan edukasi pada setiap pendakian

yang mereka lakukan. Sehingga para pengguna dapat mengetahui lebih dulu mengenai informasi yang harus mereka ketahui tentang pegunungan tersebut seperti track, suhu gunung, jarak tempuh, lamanya pendakian, tinggi gunung, dan informasi lainnya. Meskipun terbilang sangat penting untuk mempelajari dasar-dasar dari aktivitas pendakian. Tidak sedikit pengguna yang menghiraukan vlog pendakian dari para konten kreator YouTube yang berisikan tentang tips dan informasi mengenai aktivitas pendakian maupun gunung yang akan didaki sebagai acuan untuk mempersiapkan sebuah pendakian. Vlog adalah kepanjangan dari video blog, yang merupakan jenis konten yang menyajikan cerita atau aktivitas sehari-hari yang sebelumnya biasanya ditulis dalam bentuk teks di blog, kini disajikan dalam format video (Utomo et al., 2023:14). Data menunjukkan bahwasanya konten vlog berada pada urutan paling bawah daripada konten-konten video lainnya. Berikut merupakan data konten video yang paling diminati oleh para pengguna media sosial:

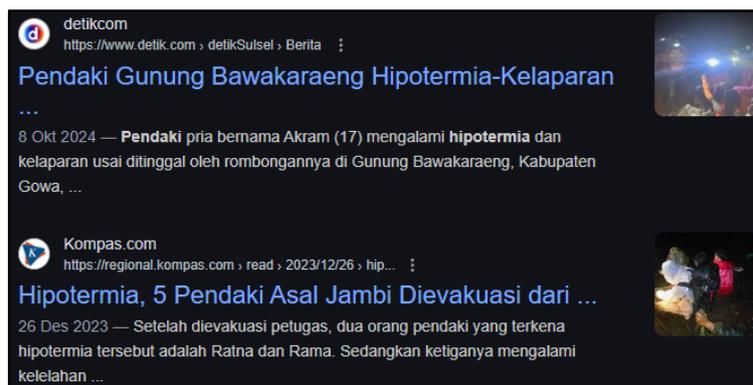


Gambar 1.2 Data Konten Video Di Internet Yang Paling Banyak Ditonton

Sumber: wearesocial.com (2022)

Dilansir dari laporan We Are Social pada gambar 1.2, konten video yang paling banyak ditonton di dunia adalah video musik. Perkiraan dari laporan tersebut terdapat 50,9% pengguna internet di dunia dengan rentang usia 16-64 tahun yang menonton video musik pada kuartal 1 di tahun 2022. Setelah video musik, jenis konten yang paling populer lainnya adalah video komedi, ataupun video-video yang sedang viral, tutorial, livestream, pendidikan, dan seterusnya dengan video influencer dan vlog menempati urutan paling bawah. Apabila diamati dengan keseluruhan, terdapat 92,6% pengguna internet di dunia yang menonton konten video dengan beragam jenis kategori pada kuartal 1 di tahun 2022. Meskipun konten vlog pada posisi paling bawah dengan konten-konten sejenis lainnya. Disamping tidak populernya, vlog pendakian memiliki isi konten yang sangat penting untuk dipelajari terkhusus untuk para pendaki. Pada setiap konten vlog pendakiannya para konten kreator juga kerap memaparkan ilmu dasar pendakian yang penting untuk dipelajari bagi para pendaki.

Alasan peneliti sendiri untuk memilih konten vlog pendakian dikarenakan tidak sedikit para pendaki yang hendak melakukan aktivitas pendakian kurang memiliki kesiapan maupun wawasan yang mumpuni untuk melakukan aktivitas tersebut. Lebih lanjut, banyak informasi yang dapat digali dari konten-konten pendakian sehingga dapat menambahkan wawasan untuk para pengguna *platform* YouTube terkhusus bagi para pendaki. Dengan memanfaatkan luasnya jangkauan *platform* YouTube, memiliki potensi besar untuk menyebarluaskan pengetahuan mengenai pendakian secara lebih efektif. Konten vlog pendakian juga seringkali memberikan informasi praktis seperti rute pendakian, perlengkapan yang dibutuhkan, serta tips keselamatan. Informasi-informasi tersebut sangat diperlukan, terutama bagi para pendaki pendaki pemula yang membutuhkan referensi sebelum melakukan aktivitas pendakiannya. Oleh karenanya, konten vlog pendakian dapat menjadi sarana edukatif dalam membangun kesadaran akan pentingnya persiapan selama melakukan aktivitas pendakian. Konten vlog pendakian memiliki peran penting dalam konteks sarana informasi bagi para pendaki sebelum mereka melakukan aktivitas pendakian. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang pengaruh konten vlog pendakian terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.



Gambar 1.3 Berita Pendaki Yang Terjangkit Hipotermia

Sumber: google.com (2025)

Pada berita di atas menunjukkan contoh ketidaksiapan para pendaki untuk melakukan kegiatan pendakian yang berakhir terjangkit hipotermia. Mengutip dari alodokter.com hipotermia adalah kondisi ketika suhu tubuh mengalami penurunan yang drastis hingga dibawah 35°C. Hipotermia dapat menyebabkan terganggunya fungsi jantung dan organ vital lainnya hingga dapat menyebabkan kematian. Penting bagi para pendaki untuk dapat mengetahui dan menangani beberapa kemungkinan yang bisa terjadi saat melakukan pendakian. Salah satu upaya untuk mempelajarinya di era digital ini adalah dengan menonton konten kreator vlog pendakian. Konten kreator vlog pendakian sudah banyak ditemui di

berbagai platform sosial media. Salah satu dari konten kreator vlog pendakian yang membagikan konten pendakiannya melalui kanal YouTube adalah Fiersa Besari.

Fiersa Besari adalah konten kreator vlog pendakian di Indonesia yang menggunakan platform YouTube sebagai media untuk membagikan kontennya. Fiersa Besari sendiri dikenal sebagai musisi sekaligus peneliti yang kemudian memperluas karyanya ke ranah visual melalui konten vlog pendakian. Kanal YouTubanya sendiri sudah bergabung sejak 2011 dan mulai aktif mengunggah konten di tahun 2012. Fiersa Besari memulai vlog pendakiannya pada 2017 dengan konten pendakian pertamanya di Gunung Rinjani, Lombok, Nusa Tenggara Barat. Dalam vlog pendakiannya Fiersa Besari kerap menekankan pentingnya menjaga kelestarian alam dan etika saat melakukan aktivitas pendakian. Hal ini menjadikan kontennya tidak hanya menarik dari segi visual, tetapi juga memiliki nilai edukatif yang tinggi. Kanal YouTube Fiersa Besari sendiri telah memiliki jumlah subscriber keseluruhan sebanyak 3,58 Juta dan masih aktif mengunggah konten pendakian hingga saat ini.

Tabel 1.1 Jumlah Subscriber Konten Kreator Penelitian

No.	Nama Kanal YouTube	Jumlah Subscriber
1.	Fiersa Besari	3,58 Juta
2.	Dzawin Nur	2,39 Juta
3.	Wira Nagara	434 Ribu
4.	Afgan Fazri Handoko	358 Ribu
5.	Furky TM	230 Ribu

Sumber: YouTube/Data Olahan Peneliti (2025)

Menurut beberapa rekomendasi kanal YouTube pendaki gunung di Indonesia seperti espos.id dan idntimes.com, Fiersa Besari menempati rekomendasi nomor 1 sebagai kanal YouTube pendakian gunung. Dibantu dengan jumlah subscribarnya yang telah menyentuh 3,58 juta Fiersa Besari berhasil meyakinkan beberapa forum untuk menjadikannya konten kreator pendakian gunung nomor 1 di Indonesia. Dengan kanal YouTube-nya yang telah memiliki 3,58 juta subscriber, menandakan konten-kontennya memiliki antusiasme yang tinggi dari para pengikutnya. Selain dari konten pendakiannya Fiersa Besari juga banyak dikenal oleh pengguna internet sebagai salah satu musisi indie di Indonesia maka tak heran apabila dia mendapatkan *engagement* dari dua hal yang melekat pada dirinya itu. Gabungan antara visual pendakian dan latar belakang musikalisasinya tersebut yang kuat menjadikan setiap kontennya memiliki value tersendiri. Ciri khasnya ini membuat para penonton merasa lebih terhubung dengan cerita pendakian yang disampaikan dalam setiap kontennya. Hal ini menjadikan vlog

Fiersa Besari tidak hanya sebagai dokumentasi perjalanannya saja, melainkan juga sebagai media refleksi bagi para penonton konten vlog pendakiannya.

Pada kanal YouTube-nya, Fiersa Besari memiliki konten pendakian yang dia beri tajuk Atap Negeri. Berdasarkan keterangan dari akun Instagram @mountnesia, atap negeri merupakan konten berupa series ekspedisi pendakian yang dilakukan oleh Fiersa Besari beserta tim Atap Negerinya untuk mendaki 33 gunung di 33 provinsi di Indonesia. Dilansir pada kanal YouTubanya, series ekspedisi ini dimulai per tanggal 02 Februari 2020 dan masih berlangsung sampai saat ini. Pada setiap konten pendakian Atap Negerinya selain menyuguhkan *cinematic* alam pegunungan Fiersa Besari juga kerap menyertakan tips-tips untuk para pendaki yang hendak melakukan kegiatan pendakian. Konten ini tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi, khususnya bagi para pendaki yang hendak melakukan aktivitas pendakian. Kehadiran series ini dapat dimanfaatkan secara efektif dalam membangun kesadaran akan keindahan alam Indonesia dan pentingnya menjaga kelestariannya. Hal tersebut tentu sangat berguna untuk para pendaki yang hendak melakukan kegiatan pendakian. Seperti pada saat Fiersa Besari melakukan ekspedisi pendakiannya di gunung Gandang Dewata di Provinsi Sulawesi Barat berikut.



Gambar 1.4 Video Fiersa Besari Tentang Penanganan Hipotermia

Sumber: youtube.com/@fiersabesari

Salah satu video pada kanal YouTube Fiersa Besari di atas menunjukkan proses penanganan salah satu personel yang terjangkit gejala hipotermia pada saat melakukan pendakian. Video tersebut menjelaskan langkah-langkah untuk menangani gejala hipotermia seperti upaya untuk menaikkan kembali suhu tubuh personel dengan menggunakan *emergency blanket* dan lain sebagainya. Pengetahuan mengenai penanganan hipotermia sangat krusial untuk dipelajari, karena kondisi tersebut dapat membahayakan nyawa apabila tidak segera ditangani. Informasi semacam ini sangat relevan mengingat cuaca di pegunungan yang sangat tidak dapat diprediksi dapat meningkatkan risiko terjadinya hipotermia. Oleh karenanya, sangat

penting untuk mengetahui cara untuk menangani gejala serupa bagi para pendaki yang hendak melakukan pendakian. Melalui konten ini juga, Fiersa Besari secara tidak langsung telah memberikan edukasi kepada para penontonnya mengenai pertolongan pertama dalam situasi darurat saat melakukan aktivitas pendakian. Selain itu, konten seperti ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesiapan fisik dan perlengkapan pendakian yang memadai.

Penelitian ini memiliki acuan pada penelitian “Pengaruh Konten YouTube Oura Gaming Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mobile Legends” yang dilakukan oleh (Tampubolon et al., 2023:684-694). Selain penelitian sebelumnya, terdapat penelitian lain yang berkaitan dengan pengaruh konten YouTube. (Alansyah et al., 2022:1-10) juga meneliti hal serupa yaitu Pengaruh Konten Video Atap Negeri Gunung Rinjani Pada Channel YouTube Fiersa Besari Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Taman Nasional Gunung Rinjani Lombok Nusa Tenggara Barat. Perbedaan antara penelitian terletak pada fokus di mana penelitian ini berfokus kepada pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. (Almahdi et al., 2024) dalam penelitiannya juga meneliti tentang Dampak Tayangan Konten YouTube "Close the Door" Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahaya Judi Online. Penelitian ini memiliki fokus terhadap dampak daripada tayangan konten YouTube “Close the Door”. Penelitian-penelitian tersebut menjadi referensi untuk peneliti dalam melakukan penelitian ini.

Penelitian ini memiliki sebuah tujuan yaitu untuk memahami tentang pengaruh konten terhadap pemenuhan kebutuhan informasi khususnya informasi mengenai pendakian alam pegunungan. Sedangkan urgensi dilakukannya penelitian ini dikarenakan tidak sedikit para pendaki yang hendak melakukan aktivitas pendakian kurang memiliki kesiapan maupun wawasan yang mumpuni untuk melakukan aktivitas tersebut. Lebih lanjut, penelitian ini juga memiliki urgensi betapa pentingnya memiliki wawasan untuk segala kegiatan yang hendak kita jalani, dalam konteks penelitian ini adalah kegiatan pendakian. Pada paragraf sebelumnya telah dilampirkan sebuah berita yang menunjukkan apabila seorang pendaki memiliki wawasan yang kurang mumpuni untuk melakukan pendakian. . Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang pengaruh konten vlog pendakian terhadap pemenuhan kebutuhan informasi khususnya tentang informasi pendakian alam pegunungan. Penelitian ini juga memiliki inspirasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh konten YouTube terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dari berbagai konteks seperti gaming, bahaya judi online yang sedang marak, kesehatan dan informasi-informasi lain sejenis. Penelitian ini dirasa penting untuk diteliti untuk memperoleh pengetahuan terkait pengaruh konten YouTube terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada bidang pendakian alam pegunungan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Adapun identifikasi masalah yang ingin diketahui dari penelitian ini yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh konten YouTube Fiersa Besari terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mengenai pendakian alam pegunungan.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami dan mencari tahu tentang pengaruh konten YouTube Fiersa Besari terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pendakian alam pegunungan.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan, penelitian ini akan menjadi acuan untuk studi dengan topik serupa di masa mendatang. Manfaatnya juga dapat dilihat dari perspektif teoretis dan praktis.

1.4.1. Manfaat Teoretis

Dengan terlaksananya penelitian ini, peneliti berharap bisa memperluas pengetahuan terkait dengan topik penelitian itu sendiri yaitu pemenuhan kebutuhan informasi pendakian alam pegunungan terkhusus pada kanal YouTube Fiersa Besari.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis daripada penelitian ini yaitu dengan semua penjelasan serta hasil dari penelitian yang didapat dari penelitian ini mampu menambahkan wawasan sekaligus menjadi ilmu pengetahuan tambahan terkait pengaruh konten Atap Negeri pada YouTube Fiersa Besari terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pendakian alam pegunungan.

1.5. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini berlangsung pada awal semester tujuh pada periode perkuliahan peneliti. Ada pun timeline pelaksanaannya dirincikan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Waktu						
		Bulan						
		11	12	1	2	3	4	5
1.	Penelitian Pendahuluan							

2.	Seminar Judul							
3.	Penyusunan Proposal							
4.	Seminar proposal							
5.	Pengumpulan Data							
6.	Pengolahan dan Analisis Data							
7.	Ujian Skripsi							