

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di zaman ini kehidupan manusia tidak bisa lepas dari *gadget* dan juga media sosial. Media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Youtube itu juga seakan sudah menjadi konsumsi wajib sehari-hari di kehidupan manusia saat ini. Media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet, beralaskan pada ideologi dan teknologi Web 2.0 sehingga memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh penggunanya, Kaplan & Haenlein, 2010 (dalam Anwar, 2017). Ada juga yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi dan digunakan untuk menjadi lahan pekerjaan. Misalnya melalui Instagram atau Whatsapp dapat mencari uang dengan memanfaatkan media untuk berjualan online atau pun *endorsement* lewat Instagram.

Youtube juga tidak kalah dari dua media sosial tersebut untuk mencari penghasilan. Banyak orang jaman sekarang yang berlomba untuk menjadi seorang Youtuber mulai dari kalangan orang biasa bahkan sampai publik figur. Banyak artis Indonesia memiliki *channel* Youtube. Artis-artis tersebut memiliki *channel* Youtube sendiri dan memiliki jumlah *subscriber* yang lumayan banyak, misal Baim Wong memiliki kurang lebih 18 juta *subscriber* di *channel* Youtube miliknya, lalu ada Raffi Ahmad yang memiliki kurang lebih 19 juta *subscriber* di *channel* Youtube miliknya. Youtube dapat dijadikan tempat untuk menyalurkan hobi atau bakat misalnya ada orang yang

memiliki *skill editing* video yang bagus, video hasil *editing* tersebut dapat di *publish* sehingga dapat ditonton banyak khalayak. Tapi ada juga orang yang membuat *channel* Youtube hanya sekedar mengincar *adsense* dari Youtube dimana *adsense* itu muncul setelah *channel* youtube menyentuh jumlah *subscriber* yang telah ditentukan oleh Youtube. Biasanya kalangan yang hanya mencari *adsense* tidak terlalu memperdulikan isi konten dari *channel* youtube karena hanya mengincar *adsense* yang keluar dari Youtube.

Saat ini banyak artis TV yang terjun ke Youtube antara lain Andre Taulany, Raffi Ahmad, Baim Wong yang menggunakan Youtube hanya untuk sekedar mengupload konten video aktivitas sehari-hari atau yang biasa disebut dengan *daily vlog* tapi kadang kala ada juga artis yang membuat konten Youtube dengan konsep yang bagus, tidak hanya mengandalkan konten *vlog*, misalnya Deddy Corbuzier. Deddy Corbuzier memiliki *channel* Youtube pribadi yang sedikit berbeda dengan isi *channel* Youtube dari kebanyakan artis TV lain. Dalam *channel* Youtube Deddy Corbuzier ada segmen khusus seperti berbincang-bincang dengan bintang tamu yang diundang dan segmen itu biasa disebut dengan *podcast*. Segmen *podcast* ini yang membedakan Youtube milik Deddy Corbuzier dengan artis-artis lainnya. Pada penelitian ini akan dibahas lebih jauh tentang motif khalayak menonton *channel* Youtube artis. Yang dimaksud motif disini ialah faktor internal yang membangun, membimbing dan mengintegrasikan perilaku seseorang. Motif timbul dari hasil pembelajaran. Motif juga didasarkan pada emosi dan tidak terlihat dari perilaku yang ditunjukkan. Disini kita juga

membahas tentang *habit* dari khalayak yang akan kita survey. *Habit* yang dimaksud disini merupakan kebiasaan dari khalayak yang akan di survey misal dari khalayak menonton khalayak menonton Youtube milik artis menggunakan *wifi* atau paket data, menonton Youtube biasanya jam berapa itu juga termasuk dari *habit*. Lalu untuk khalayak yang akan di survey adalah mahasiswa di Kota Malang.

Selain itu juga saat ini banyak masyarakat yang menilai wajah-wajah *content creator* yang ada di Youtube tidak ada bedanya dengan orang-orang ada di acara televisi karena banyak artis TV yang merambah ke Youtube walaupun hanya dengan konten yang seadanya.

Tapi eksistensi artis TV yang ikut merambah ke Youtube ada yang berpendapat bagus dalam artian dapat semakin mempromosikan konten-konten yang ada di Youtube ke dunia pertelevisian akan tetapi ada juga yang berpendapat bahwa dengan banyaknya artis TV yang terjun ke *platform* Youtube dapat merusak algoritma dari youtube Indonesia itu sendiri. Dari pembahasan ini akan dibahas lebih jauh tentang *platform Youtube* juga mempelajari unsur komunikasi massa.

Pada penelitian ini dapat dipelajari tentang unsur komunikasi massa karena penelitian ini menilai bagaimana motif khalayak terhadap media Youtube artis. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey lapangan dengan menggunakan wawancara langsung yang di dalamnya ada beberapa pertanyaan terkait dengan judul penelitian di atas. Dalam penelitian ini yang perlu ditekankan yaitu adalah motif khalayak terhadap media Youtube artis.

Motif dapat diartikan sebagai sebuah faktor internal yang membangun, membimbing dan mengintegrasikan perilaku seseorang. Motif timbul dari hasil pembelajaran. Motif juga didasarkan pada emosi dan tidak terlihat dari perilaku yang ditunjukkan.

Penelitian ini layak untuk dikaji lebih lanjut, karena dapat mengetahui berbagai motif dari khalayak terkait dengan media Youtube artis. Jika dari sudut pandang komunikasi topik ini dapat mengetahui macam-macam opini dari khalayak terkait media Youtube artis. Dari motif dapat diketahui bagaimana motif *audience* dalam mengkonsumsi *channel* Youtube artis dan juga dapat mengetahui habit dari *audience* dalam menonton *channel* Youtube milik artis.

Mungkin ada beberapa yang berpendapat kalo artis TV pindah ke Youtube dapat menambah eksistensi dari Youtube itu sendiri. Namun ada juga yang berpendapat kalau kehadiran artis TV di Youtube ini dapat merusak ekosistem Youtube yang ada di Indonesia, misal ada Youtuber asli Indonesia yang terpaksa harus tutup *channel* karena kalah bersaing dengan artis TV yang menjadi Youtuber dadakan seperti kebanyakan akhir-akhir ini.

Di riset yang pertama ada riset dari Hartanto Setiabudi, melakukan riset yang membahas motif *subscriber* menonton *channel* Youtube Presiden Joko Widodo. Di dalam riset itu membahas tentang besarnya minat *subscriber* menonton *channel* Youtube Presiden Jokowi tentu saja dipengaruhi oleh banyak motif. Dan motif *subscriber* menonton *channel* Youtube Presiden Jokowi pastinya tidak akan sama antara masing-masing orang namun

kemampuan orang menangkap pesan sebelumnya itu yang akan membentuk motif dalam dirinya untuk menonton.

Lalu di riset yang kedua riset dari Adinda Mellyaningsih dengan judul Motif Subscriber Menonton Channel Youtube Raditya Dika. Didalam jurnal ini membahas tentang bagaimana motif para *subscriber* dalam menonton Channel Youtube Raditya Dika. Raditya Dika merupakan Youtuber Indonesia dengan jumlah *subscriber* terbanyak dan merupakan orang pertama di Indonesia yang mendapatkan penghargaan *Certified Award* oleh YouTube.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu, jika dalam penelitian sebelumnya lebih membahas tentang opini khalayak terhadap media Youtube salah satu artis, penelitian kali ini lebih membahas tentang motif khalayak menonton *channel* Youtube artis. Dari motif tersebut kita jadi bisa tahu misal alasan khalayak menonton *channel* Youtube artis, alasan menyukai *channel* Youtube artis dsb.

Saat ini, banyak artis Indonesia memiliki *channel* Youtube. Artis-artis tersebut memiliki *channel* Youtube sendiri dan memiliki jumlah *subscriber* yang cukup banyak, misal Baim Wong memiliki kurang lebih 18 juta *subscriber* di *channel* Youtube miliknya, lalu ada Raffi Ahmad yang memiliki kurang lebih 19 juta *subscriber* di *channel* Youtube miliknya. Youtube dapat dijadikan tempat untuk menyalurkan hobi atau bakat misalnya ada orang yang memiliki *skill editing* video yang bagus, video hasil *editing* tersebut dapat di *publish* sehingga dapat ditonton banyak khalayak. Tapi ada juga orang yang membuat *channel* Youtube hanya sekedar mengincar *adsense*

dari Youtube dimana *adsense* itu muncul setelah *channel* Youtube menyentuh jumlah *subscriber* yang telah ditentukan oleh Youtube. Biasanya kalangan yang hanya mencari *adsense* tidak terlalu memperdulikan isi konten dari *channel* Youtube karena hanya mengincar *adsense* yang keluar dari Youtube..

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan oleh penulis diatas, maka permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini ada 2 permasalahan yaitu:

- a) Apa saja motif *audience* dalam mengkonsumsi *channel* Youtube artis?
- b) Bagaimana *habit audience* dalam menonton *channel* Youtube artis?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja motif *audience* dalam mengkonsumsi *channel* Youtube artis. Selain mencari tahu tentang apa saja habit *audience* dalam menonton *channel* Youtube artis. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa menariknya konten Youtube yang dimiliki oleh para artis TV ini.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penulis berharap melalui penelitian ini dapat bermanfaat kepada banyak pihak, oleh sebab itu oleh karena itu penelitian ini memiliki 2 manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memperkaya terkait dengan kajian *audience* yang selama ini didominasi oleh *audience* media konvensional. Melalui penelitian ini diharapkan akan muncul variabel baru terkait motif dan kebiasaan *audience platform channel* Youtube.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan bagi pengguna dan kreator konten Youtube untuk mengetahui motif dan habit masyarakat dalam mengkonsumsi konten Youtube.