

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman. Internet mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena dengan adanya internet, manusia bisa saling berhubungan dengan mudah. Internet juga merupakan suatu perpustakaan besar yang didalamnya terdapat jutaan bahkan miliaran informasi yang berupa teks, gambar, video, ataupun audio dalam bentuk media elektronik (Qomariyah, 2012). Dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta orang, sebanyak 143,2 juta orang menggunakan internet. Dan 11% dari 143,2 juta orang yang menggunakan internet lebih tepatnya sebanyak 15,7 juta orang di Indonesia menggunakan media sosial *YouTube* (APJII, 2017). Dari total 143,2 juta orang yang menggunakan internet, tercatat sebanyak 52,5% laki – laki dan 47,5% wanita. Dari data diatas dapat menunjukkan bahwa faktor jenis kelamin dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat dalam menggunakan layanan internet.



Gambar 1 Survey APJII

Berdasarkan pada hasil survey yang sama, sebanyak 64,7% pengguna internet di Indonesia didominasi oleh mereka yang telah menamatkan pendidikannya di tingkat SMU/SMA sederajat. Data survei ini menyatakan bahwa ada tiga alasan utama orang Indonesia menggunakan internet, yaitu: untuk mengakses sarana sosial atau komunikasi (72%), sumber informasi harian (65%) dan mengikuti perkembangan jaman (51%). Tiga alasan utama mengakses internet itu dipraktikkan melalui empat kegiatan utama, yaitu: menggunakan jejaring social (87%), mencari informasi (69%), instant messaging (60%) dan mencari berita terbaru (60%). (APJII, 2017).

Dalam buku Metode Riset Kuantitatif Komunikasi, Munawar Syamsudin Aan (2013:95-96) menerangkan ada dua orang pakar komunikasi, Katz dan Blumer (1974:21-22) menyebutkan bahwa, adanya beberapa faktor sosial yang menyebabkan timbulnya kebutuhan seseorang orang untuk berhubungan dengan media massa, yaitu:

- a. Situasi sosial menimbulkan ketegangan dan pertentangan, maka orang berusaha melepaskan dirinya dari situasi tersebut dengan mengkonsumsi media;
- b. Situasi sosial menciptakan kesadaran akan adanya masalah-masalah yang membutuhkan perhatian dan informasi; sedangkan informasi itu dicari dari media massa;
- c. Situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan nilai-nilai tertentu melalui konsumsi media yang sejalan. Dengan demikian khalayak memiliki sikap yang aktif dan selektif dalam berhubungan atau bergaul dengan media massa.

Beberapa media sosial yang populer dan banyak digunakan oleh penduduk Indonesia adalah *Facebook*, *Youtube*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Telegram*, dsb (Nurhasanah dkk, 2019).

Media sosial memiliki berbagai ragam dan jenis sesuai dengan pengaplikasian serta kegunaannya seperti, media sosial *web video-sharing* (berbagi video), aplikasi media sosial mikroblog, aplikasi media sosial berbagi jaringan sosial, aplikasi berbagi jaringan profesional, aplikasi berbagi foto. Oleh karena keunggulan *YouTube* tersebut, *YouTube* termasuk dalam peringkat ketiga untuk media yang paling banyak diakses oleh masyarakat, yaitu sebanyak 15,7 juta dari 143,2 juta pengguna internet di Indonesia (APJII, 2017).

Menurut peneliti kehadiran *YouTube* sebagai *web-video sharing* (berbagi video) menjadi lahan baru bagi pengguna internet dalam hal mencari informasi dalam bentuk video, bimbingan dalam berbagai hal, menambah edukasi, serta menjadi tempat untuk melepas kepenatan pengguna dari masalah kehidupan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video

dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng – upload) video ke server *YouTube* dan membaginya ke seluruh dunia. Suatu fenomena yang menarik terutama ketika masyarakat dunia ikut berperan dalam menjelaskan berita lewat pemikirannya sendiri tanpa paksaan ataupun pengaruh orang lain, bahkan dapat dikatakan tanpa batas.

Sebagaimana objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah siswa SMA dengan asumsi bahwa siswa SMA sebagai pengguna internet yang termasuk ke dalam kategori generasi millennial atau “*digital natives*” dengan rentang usia 15-20 tahun, dimana generasi pada usia ini menjadi pengguna aktif internet di Indonesia sebanyak 49% (APJII, 2017).

Melihat beragamnya jenis dan fungsi dari *YouTube* itu sendiri, peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian Motif dan Kepuasan Siswa SMA dalam Menggunakan Media Sosial *YouTube* dikarenakan media *YouTube* media baru yang sangat berkembang dizaman sekarang. Banyaknya video tutorial yang dapat ditonton sehingga menambah pengetahuan. Ada juga beberapa video mengenai berbagai fakta yang belum pernah kita ketahui sehingga menambah wawasan, dan secara tidak langsung mempengaruhi perilaku sehari-hari. Beragam tayangan music, komedi, drama, horor ada di *YouTube*. Ini merupakan aplikasi yang sangat bagus untuk melepaskan sejenak penat karena pekerjaan, tugas dan merelax kan diri dengan beragam hiburan di *YouTube*. Mungkin waktu kita akan habis hanya untuk melihat bagaimana banyaknya konten hiburan di *YouTube*.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada SMA Muhammadiyah 3 Jakarta kelas XI IPS yang selalu ingin berusaha *up too date*, adanya fitur Trending memungkinkan user senantiasa *up date* dengan beragam peristiwa yang terjadi. Dengan begitu tidak perlu khawatir akan ketinggalan tren terbaru jika terus menerus mengunjungi *YouTube*.

Peneliti berasumsi bahwa *YouTube Channel* adalah halaman yang dibuat oleh individu, kelompok, atau perusahaan. Saluran ini menyimpan semua konten yang diunggah untuk pemilik saluran, dan bertindak sebagai halaman profil untuk semua pengguna *YouTube*. Berlangganan pada sebuah saluran akan memperingatkan kita setiap kali kita melihat video baru yang diunggah ke saluran tersebut. Untuk berlangganan pada sebuah saluran, klik tombol *Subscribe* berwarna merah di bawah video dari saluran tersebut, atau klik tombol *Subscribe* di halaman salurannya. Jika *log* masuk, kita dapat memberi komentar pada video yang telah mengaktifkan komentar. Beritahu pengunggahnya bahwa video mereka sangat membantu, lucu, atau berkualitas sangat bagus. Komentar-komentar di *YouTube* bisa sangat buruk, jadi

jagalah sikap kita dan beri rasa hormat. Untuk memberi komentar, klik kolom *Share your thoughts* di bawah video dan masukkan komentar kita. Kita juga dapat membalas komentar orang lain dengan mengklik tautan *Reply* di bawah komentar orang tersebut.

Sebagai media yang dikategorikan sebagai *new media*, *YouTube* adalah salah satu media komunikasi, lewat *YouTube* kita dapat membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain melalui komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain, seperti yang diungkapkan Suryanto (2015:58).

Maraknya *YouTube* di media sosial menjadi tontonan rutin para anak muda. Fenomena ini juga muncul dalam kalangan siswa SMA, lebih khususnya siswa SMA Muhammadiyah 3 Jakarta. *YouTube* sudah menjadi pembicaraan dan tren yang marak. Hal ini tampak dari penggunaan *YouTube* di kalangan siswa SMA yang memilih untuk menonton *YouTube* lebih daripada konten yang lain dan menontonnya secara berkala sesuai dengan jadwal unggahan video para *Youtuber*. Selain itu, beberapa siswa SMA juga memiliki akun *YouTube* dan mengunggah konten *YouTube* mereka sendiri, membuat mereka menjadi seorang *Youtuber* yang secara tidak langsung mempengaruhi perubahan perilaku mereka.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini berjudul **“MOTIF DAN KEPUASAN SISWA SMA MUHAMMADIYAH 3 JAKARTA KELAS XI IPS DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana motif dan pemuasan siswa/i SMA Muhammadiyah 3 Jakarta Kelas XI IPS dalam menggunakan media sosial *YouTube*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian:

1. Mengetahui motif dan kepuasan siswa/i SMA Muhammadiyah 3 Jakarta Kelas XI IPS dalam menggunakan media sosial *YouTube*.

Manfaat Akademis:

1. Diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman bagi pembaca.
2. Dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Masyarakat/Umum:

1. Untuk memberikan gambaran kepada pembaca mengenai bagaimana penggunaan sosial media “*YouTube*” pada seseorang.