

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi berasal dari bahasa latin *Communication*, dan asal kata ini bersumber pada kata *Communis* yang artinya sama makna mengenai satu hal (Effendy, 2005:3). Komunikasi media dapat di ikuti dengan teknologi dan pola penyebaran hingga pada khalayak ini mampu mengakses media. Di dalam media ini makin lama makin laun dan perkembangan media ini semakin berkembang ehingga dapat dikenal di Media Lama (Old Media) dan Media Baru (New Media). Proses komunikasi yang disampaikan oleh pesan seseorang mampu diberitahukan kepada orang sekitar. Atau bisa juga merubah sikap dan pendapat orang lain serta periaku yang baik dapat di artikan secara langsung (Lisan) (Effendy, 2005:5).

Komunikasi media saat ini menggunakan media baru dalam bentuk internet dan media sosial mulai menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi. Media Baru terdapat sebuah media berbasis internet , Menggunakan basis computer dan telepon genggam yang sangat canggih di massanya. Kekuatan pada perubahan di awal berkomunikasi satelit dan dengan cara pemanfaatan media computer,. Kunci untuk kekuata computer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitilisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur, Carey dalam McQuail, (2011:43).

Pada komunikasi ini media yang dapat digunakan oleh mdia baru adalah yang berbentuk sebuah internet dan di dalam media tersebut terdapat media social yang mulai menggeser semua posisi yang berada di media lama. Dan cara penyampaian informasi media social ini dapat diakses juga dengan memilii sumber tanpa adanya hambatan posisi.dengan mendominasi media yg dapat ditayangkan seperti televise yang dapat disampaikan informasi dengan audi – visual dengan saingan kehadiran Youtube.

Menurut Deddy Mulyana, (2015:69) komunikasi meliputi semua respon terhadap pesan yang diterima lalu menciptakan pesan baru karena setiap orang berinteraksi dengan orang lain melalui proses penciptaan dan interpretasi pesan yang dikemas dalam bentuk symbol atau kumpulan symbol bermakna yang sangat berguna.

Menurut Morissan, (2013-3-7) Komunikasi massa menggambarkan (orang atau benda) dalam jumlah banyak, sementara komunikasi mengacu pada pemberian dan penerimaan arti,

pengiriman dan penerimaan pesan. Salah satu definisi awal komunikasi oleh Jonowitz ditahun 1960 menyatakan bahwa komunikasi massa berdiri atas lembaga dan teknik dimana kelompok – kelompok terlatih menggunakan teknologi untuk menyebarkan symbol-simbol kepada audien yang tersebar luas dan bersifat heterogen.

Menurut McQuail Media baru dapat perangkat teknologi komunikasi yang dapat dimiliki dengan ciri-ciri yang sama dan selain baru dimungkinkan dapat digitalisasi dan ketersediaannya yang sangat luas dengan penggunaan pribadi alat komunikasi. Sebagaimana kita lihat “Media Baru” sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan, tetapi kita lebih tertarik terhadap media baru dan penerapannya yang berbagai wilayah memasuki ranah komunikasi massa atau secara langsung maupun secara tidak langsung memiliki dampak terhadap media massa “Tradisional”. *Komunikasi dan Media baru (2011:43)*

Menurut Abrar (2003:17-18). merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era pertama era komunikasi tulisan, kedua, era komunikasi cetak, ketiga, era telekomunikasi dan keempat, era komunikasi interaktif, media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif. Manfaat social media menurut Puntoadi (2011:19) adalah menentukan personal branding yang diinginkan, mencari lingkungan yang tepat, mempelajari cara berkomunikasi, untuk konsistensi dan sebagai *Mix the media*. Media social dapat kita akses mau dimana saja dan dapat memiliki sebuah sumber batas untuk membuat diposisikan menjadi lebih Dominasi . Contohnya seperti media televise dapat menyampaikan informasi dengan audio visual bersaing dengan kehadirannya Youtube. Media baru disebut juga *New Media digital*. Media Digital dapat digunakan pada media yang kontennya berbentuk gabungan dengan teks, suara dan lain-lain . yang dapat disimpan pada gambar dan format digital dengan disebarluaskan jaringan berbasis kabel Optic roadband dan system gelombang mikro Flew (2008:2-3)

Data Tren Internet dan Media social 2020 di Indonesia.

Tabel 1.1



Berdasarkan tabel diatas dapat menjelaskan bahwa total populasi di Indonesia di bagian daerah kota hingga saat ini ditahun 2020 mencapai 55% yang dimana populasi menurut jumlah hitungan statistic sekitar 272,1 juta orang.

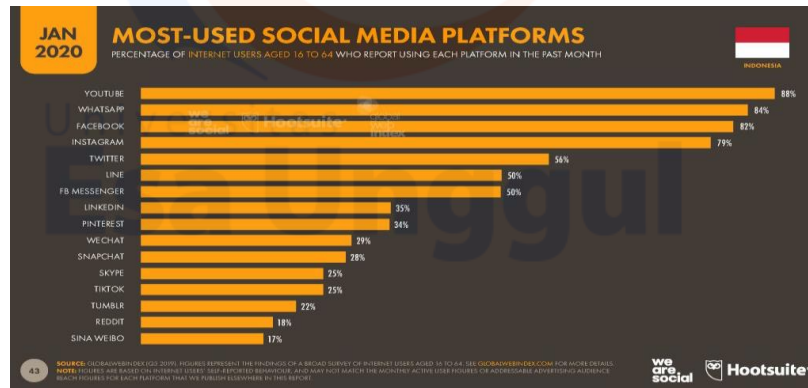
Bedasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa total pengguna mobile di Indonesia saat ini mencapai 124% yang dimana populasi tersebut menurut statistic meningkat pada tahun 2020. Dalam hal presentase, Indonesia juga tertinggi jauh. Survei yang dilakukan, angka ini sedikit banyak dari pada di negara india yang mencatat angka 14 persen. Namun Indonesia jauh oleh singapura yang sudah mencapai angka 46%.

Saat ini penggunaan internet di Indonesia berjumlah 175,4 juta atau sekitar 64% di tahun 2020, meski demikian sudah tercatat bahwa kenaikan jumlah penggunaan internet Indonesia terjadi kenaikan yang cukup pesat & jumlah penggunaan internet paling besar berada di jawa barat, dengan jumlah 35,1 juta.

Pada saat ini berdasarkan tabel diatas pengguna yang aktif dalam menggunakan media social mencapai 59% dalam waktu mengakses orang-orang yang telah memproduksi sesuatu, baik tulisan di blog, foto di Instagram, maupun mengupload video Youtube.

Platforms media sosial yang paling aktif.

Tabel 1.2



Pada diagram diatas menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang mengakses platform youtube sehingga youtube menduduki posisi 1 dengan memperoleh 88% lalu di urutan kedua terdapat aplikasi whatsapp dengan angka 84% yang dimana masyarakat banyak mempergunakan media tersebut untuk melakukan komunikasi secara langsung seperti *chatting*, *free call*, maupun *video call*. Lalu ada facebook di urutan ketiga dengan memperoleh 82% walaupun mungkin saat ini pengguna facebook tidak sebanyak di tahun – tahun sebelumnya namun platform facebook hingga detik ini masih bertahan dan memiliki peminatnya tersendiri dan seterusnya (*Hootsuite 2020*)

Youtube merupakan sebuah situs web berbagi video yang dibuat pada febuari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Platform video tersebut menggunakan teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan konten video, termasuk klip film, klip Tv dan video music, yang bias menduduki urutan pertama pada tahun 2020.

Whatsapp merupakan media social yang digunakan orang-orang di berbagai belahan dunia yang dapat terhubung satu sama lain, salah satu media social yang populer saat ini dengan urutan ke-2, Whatsapp berperan sebagai aplikasi *Messenger online* yang saat ini banyak digunakan untuk berbagai hal seperti chat personal, komunitas, seminar online, dan sebagainya.

Facebook merupakan salah satu Media social layanan jejaring yang menghubungkan keluarga dan pertemanan. Dalam platform, facebook juga menyediakan fitur video untuk membangun interaksi yang lebih banyak spesifikasinya unggahan video diklaim dapat mendukung

semua jenis file video yang dengan resolusi 1.080 piksel. Selain itu video facebook juga mendukung ukuran file hingga 10 gigabita dengan durasi kurang dari 240 menit. Maka dari itu youtube pada saat ini menduduki urutan ke-3 di tahun 2020.

Menurut Eribka Ruthellia (2017:3) Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai naik daun sejak 5 tahun yang lalu. Dilansir dari statistic dalam situasinya sendiri, youtube memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Hingga pada Maret 2015, pembuat konten di youtube sudah mengunggah 10.000 video.

Youtube telah menjadi bagian dari salah satu *platform* video terbesar di Indonesia yang digunakan oleh pengguna di berbagai belahan dunia. Data tersebut berasal dari ComScore menunjukkan, ada lebih dari 93 juta penonton unik di Indonesia (berusia di atas 18 tahun) yang menonton video di YouTube setiap bulannya selama setahun terakhir. Youtube sendiri juga tidak lepas dari kontribusi para kreator di Indonesia, dimana sejumlah kreator berhasil meraih jutaan subscriber. Bahkan kini tercatat 600 *channel* di Indonesia yang memiliki satu juta *subscriber*. Jika dibandingkan dengan tahun lalu, YouTuber Indonesia yang mendapatkan *diamond button creators* hanya dua orang kreator yaitu Atta Halilintar dan Ria Ricis. Sedangkan di tahun ini, sudah lebih dari delapan kreator, terdiri dari *individual creators* dan beberapa *channel* TV lokal. (<https://www.tek.id/>)

Vlog atau video blog, sesuai namanya adalah blog berbentuk video. Lebih jelasnya lagi, vlog adalah satu video berisi mengenai opini, cerita atau kegiatan harian yang biasanya dibuat tertulis pada blog. Sejak kemunculan youtube di tahun 2005, maka pembuatan vlog semakin populer.

Sejak dua tahun terakhir mulai banyak bermunculan pembuat vlog atau lebih dikenal dengan sebutan vlogger di Indonesia. Pembuatan vlog juga relative mudah karena hanya mengandalkan alat perekam dan bicara mengenai keseharian pribadi sudah tergolong sebagai vlog. Bahkan Presiden RI ke 7, Joko Widodo sudah memiliki akun youtube sendiri yang berisi vlog beliau sendiri dan kegiatannya sebagai seorang presiden. Semakin maraknya vlogger di Indonesia juga membuat persaingan meraih tontonan terbanyak semakin tinggi karena itu beragam macam.

YouTube salah satu platform pilihan generasi muda saat ini untuk menonton video. Hal itu ditunjukkan dari data terbaru yang melaporkan pengguna bulanan layanan milik Google ini mencapai 1,8 miliar pengguna setiap bulan. Untuk menembus, dengan system youtube sekarang

penghargaan itu diberikan reward alias kalau kita ngomong soal system yang disukai oleh brand dan orang – orang banyak duit diluar sana adalah views, subscriber, Likes,komen. Penghargaan itu diberikan kepada channel-channel atau konten- konten yang isinya bagi penulis bukan konten-konten terbaik saat ini tetapi siapa yg untuk menilai konten tetapi ini opini menurut penulis kita bisa mempunyai bahwa konten yang terbaik disaat penonton tertawa setiap hari dimanapun untuk menonton channel tersebut tidak menjadi masalah penilaian menurut creator konten dari dulu konten-konten sekarang yang diberikan Penghargaan tidak layak untuk diberikan penghargaan dan bukan cuman kita, banyak banget konten bagus diluar sana yang ujung-ujungnya mati ga keliatan karena pada saat ini kalau kita buka trending kita melihat apa yang dibahas diline today (Konten) itu yang dibahas doang. Youtube pada dasarnya kalau kita Tarik banget jaman dulu youtube itu dari dulu memberikan suara kepada yang tidak bersuara , karena pada saat itu Tv tidak ada yang mendukung para creator Youtube Indonesia tidak ada yg namanya industry film yang mendukung para creator Youtuber Indonesia , Suara creator yang bisa didengar karena para creator Youtube yang mengupload video ke youtube lalu pada saat ini suara para creator itu sudah mati tidak didengar karena semua Spotlight ke suara-suara orang besar dan itu sangat amat disayangkan, Youtube dulu sangat keren tetapi sekarang hayalah sebuah bisnis, Youtube sendiri bisa dilihat dengan kondisi yang seperti sedang trending semua orang membuat karna mengikuti trending, jika creator dulu membuat tidak seperti kondisi youtube sekarang mungkin bisa masuk akal tetapi mungkin itulah kenapa para creator dulu tidak dapat penghargaan seperti sekarang karena tidak mengikutu arus algoritma Youtube pada saat ini.

Tapi dari dulu Youtube isinya adalah orang-orang yang ga “di dalam arus” sekarang yang dimana orang-orang yang didalamnya “Arus” system youtube sekarang sudah berubah dari system ini sebenarnya bisa membuat para creator menguntungkan untuk mempunyai duit, mungkin suatu hari orang-orang akan melihat system seperti sekarang , tetapi erkadang kalau “menelan” entertainment para creator harus terima apa yang bisa bisa ngebuat kita nerima aja. Tetapi dibalik itu semua tidak akan mengerti hal dibelakang ini apasih yang ngebuat penonton tertawa, maka semuanya akan mengerti ketidakadilan yang ngebuat penonton tertawa seperti ini . dari dulu itu jarang sekali yang trending itu para creator yang masuk , melainkan yang masuk trending adalah hal-hal yang tidak mendidik atau tidak layak ditonton.system youtube yang memuji kesalahan system yang memuji orang-orang yang ga benar dan itu adalah poin dan system yang menguji orang-orang yang bekerja keras.

Sekarang sistemnya adalah kita giveaway dan mereka subscriber kita , kita ngirim giveaway ke penonton supaya semakin besar dan seharusnya didalam system yang adil semua bermain tanpa ngasih duit, tanpa ngasih apa-apa hanya buktiin ini karya para creator , kalian para penonton milih karya atau milih giveaway , subscriber memilih creator bukan karena creator memberikan giveaway bukan , tapi mereka subscriber memilih creator youtube layak untuk ditonton.

Maraknya vlog di media sosial menjadi tontonan rutin para anak muda. Fenomena ini juga muncul dalam kalangan masyarakat Kota Tangerang lebih khususnya Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Automotive Fitra Eri Terhadap Pembentukan Sikap Member Indonesia March Community. Vlog sudah menjadi pembicaraan dan tren yang marak bagi masyarakat. Hal ini tampak dari penggunaan youtube di kalangan masyarakat yang memilih untuk menonton vlog lebih daripada konten yang lain dan menontonnya secara berkala sesuai dengan jadwal unggahan video para vlogger,

Penjelasan ini menjelaskan bahwa komunitas tidak hanya terwujud begitu saja namun komunitas juga memiliki tujuan. Adapun tujuan dari komunitas tersebut akan menciptakan kenyamanan sehingga anggota memutuskan untuk memilih gabung dengan suatu komunitas, berdasarkan kesamaan beberapa komunitas sering terwujud dikarenakan suatu benda, adapun macam komunitas yang diwujudkan karena memiliki kesamaan sebua beda yang berada di sekitar masyarakat pada saat sekarang diantaranya ialah komunitas *Hijabers*, komunitas social, komunitas mobil hingga komunitas Nissan March yang menjadi focus penelitian ini.

Nissan March merupakan salah satu kendaraan yang akan jadi langka yang memiliki banyak penggemar di indoensia. dalam proses ketika objek memperoleh makna baru melalui rekontekstualisasi. Hal ini jika dikaitkandengan pengguna Nissan March bagi penggemarnya, Nissan March bukanlah sekedar kendaraan transpotasi namun Nissan March berkembang membawa makna social bagi penggemarnya tersebut sesuai dengan konteks yang berlaku.

Peneliti men-survey beberapa dari Anggota Indonesia March Community sudah dapat oleh peneliti tersebut bahwa Anggota Indonesia March Community sebagian banyak mengetahui Channel Youtube Fitra Eri, Dari data keseluruhan Anggota Indonesia March Community menurut (Marcus) selaku ketua umum dari Indonesia March Community Anggota yang aktif pada saat ini ada 300 Anggota yang aktif, Indonesia March Community tersebut sudah memiliki Chapter yaitu, ada 6 Chapter IMC Chapter Jakarta Pusat, IMC Chapter Siliwangi, IMC Chapter Riau, IMC

Chapter Sergonpakas, IMC Chapter Ciayumajakuning, IMC Chapter Jatim. (Wawancara.7 November 2020). Indonesia March Community tersebut adalah sebuah wadah Automotive yang memiliki satu model kendaraan yang sama, berdirinya Indonesia March Community ini pada tanggal (15 Maret 2014) Peneliti mengamati bahwa Anggota Indonesia March Community merupakan berbagai macam ada orang Tua dan anak Muda yang akan menjadi generasi penerus dikomunitas tersebut. Dengan semakin canggihnya teknologi Indonesia March Community tersebut dari segi regist Member sendiripun sudah canggih, untuk registnya bisa melalui Web sendiri. Indonesia March Community tersebut mempunyai agenda tersendiri dari Agenda (IMC peduli sesame, Ramadhan bersama IMC, Halal bihalal bersama IMC, Touring dan Kuliner) Agenda tersebut yg diadakan bersama seluruh Anggota Indonesia March Community.

Fitra Eri merupakan Pembalap dan YouTuber Indonesia yang terkenal dengan konten reviewnya yang sangat handal dalam merieview mulai dari pesawat hingga mobil pun di review oleh Fitra Eri. Dirinya mempunyai kiprah yang sangat luar biasa di dunia balap, baik dalam negeri maupun luar negeri, Namun pada tahun 2017 Fitra Eri sempat mau ditunjuk untuk menjadi salah satu ketua umum dari komunitasnya (X-MOC) Xpander , Fitra Eri yg pertama membeli kendaraan tersebut tetapi karna Fitra Eri menolak akan hal seperti itu akhirnya dia menyarankan saudaranya yang bernama Didi Zakaria dia tidak mau ditunjuk sebagai ketua umum melaikan Fitra Eri hanya meminta menjadi Anggota (X-MOC).

Fitra Eri memiliki saluran YouTube pribadi yang banyak mengunggah video aktivitas balap dan pribadinya. Video-video yang diunggahnya, di antaranya berjudul "Garuda Indonesia FIRST CLASS ke London" yang mencapai 7,8 juta penonton (November 2018), dan sudah menjadi 12 juta penonton menjadi trending topic pada Januari 2020, fitra juga melakukan pengulasan produk-produk mobil yang diunggah di saluran youtube "oto driver" dan sering berkolaborasi dengan beberapa media dan pegiat otomotif lainnya, seperti autonetmagz ,motomobi & Otodriver.

Vlogger-vlogger yang sudah terkenal Namanya seperti Fitra Eri yang dimana beliau telah memiliki jumlah subscriber **1.64** juta dan memiliki views sebanyak **236,959,201x** ditonton. Videonya selalu menjadi trending topik di youtube karena dengan pembawaannya sebagai vlog automotive/influencer automotive banyak mengandung berita-berita automotive, yang menjadi panutan kepada masyarakat Indonesia (<https://saocialblade.com/youtube/>)

Dengan ini peneliti melihat konten youtube Fitra Eri terkait ketika kamu berada dititik terendah ini yaitu peneliti mengamati dikolom komentar banyak dari konten konten youtubnya

tersebut, banyak yang berkomentar positif yang disampaikan pada oleh penonton, untuk itu peneliti ingin tahu apakah konten youtube tersebut membawa pengaruh untuk motivasi Anggota Indonesia March Community.

Maka dari itu sesuai latar belakang masalah di atas peneliti ingin mengangkat tema penelitian yang berjudul Pengaruh Vlog Fitra Eri Terhadap Pembentukan Sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community, untuk memberikan edukasi tentang setiap keunggulan Mobil untuk saat ini dan masa depan, banyak respon positif bagi penggemarnya.

1.2. Rumusan Masalah

Masalah penelitian pada :

1. Apa Pengaruh Konten Automotive Dalam Vlog Youtube Fitra Eri Terhadap Pembentukan Sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community?
2. Bagaimana Pengaruh Konten Automotive Dalam Vlog Youtube Fitra Eri Terhadap Pembentukan Sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community?

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah “apakah konten vlog yang berisi tentang automotive dalam youtube Fitra Eri berpengaruh terhadap pembentukan sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community”

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Seminar Proposal yakni sebagai berikut :

1. Seberapa besar konten vlog dalam youtube fitra eri dapat berpengaruh terhadap pembentukan sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community ?
2. Bagaimana masalah dalam penelitian ini yang menjadi tujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Konten Automotive Dalam Vlog Youtube Fitra Eri Terhadap Pembentukan Sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community?

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan “mengetahui konten vlog dalam youtube fitra eri dapat berpengaruh terhadap pembentukan sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis :

Penelitian ini dibuat sebagai referensi bagi para peneliti lain mengenai pengaruh konten Vlog dalam Youtube terhadap pembentukan sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community .

1. Memberikan masukan kepada orang-orang yang ingin membeli kendaraan Baru ataupun bekas sesuai dengan kebutuhan keuangan Kita juga.
2. Sebagai influencer Automotive juga Fitra Eri tidak lupa selalu memberikan informasi penting bagi pengguna kendaraan agar selalu tetap waspada ketika ingin mempunyai kendaraan bekas ataupun baru.

1.4.2 Manfaat Praktis :

Penelitian ini dibuat agar bisa menjadi pengetahuan bagi para pembaca mengenai pengaruh konten Vlog dalam Youtube terhadap pembentukan sikap Afeksi Anggota Indonesia March Community.

1. Bagi penulis menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang bagaimana cara mempunyai sebuah kendaraan untuk dirawat dan digunakan sehari-hari
2. Bisa memperluas wawasan bagi orang yang menyukai Fitra Eri di bidangnya, Dalam proses pembelajaran yang berani untuk disampaikan.