

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang setiap hari manusia lakukan dalam kehidupannya. Komunikasi merupakan hal penting untuk dapat berinteraksi dengan orang lain maupun lingkungannya. Komunikasi dari jaman dahulu hingga saat ini banyak mengalami perubahan yang cukup drastis. Sekarang ini komunikasi lebih mudah dilakukan. Sehingga dengan mudah satu sama lainnya dapat terhubung.

Komunikasi bukan hanya dilakukan antar personal tetapi juga bisa melibatkan banyak orang di sekitarnya atau yang lebih dikenal dengan komunikasi massa. Untuk dapat berkomunikasi secara massa tersebut, tentunya ada media yang digunakan dalam penyampaian pesan. Masyarakat saat ini tidak bisa lepas dari yang namanya media massa. Karena dengan adanya media massa manusia bisa menggali informasi di sekitarnya yang mungkin saja mereka baru mendengar atau belum mendengar mengenai informasi tersebut sebelumnya. Media massa terbagi menjadi 2 yaitu media massa cetak dan elektronik. Media cetak adalah media yang menyampaikan informasi melalui tulisan. Jenis medianya adalah Koran, majalah, tabloid dan lain sebagainya. Sedangkan media elektronik adalah media yang mengutamakan perpaduan antara visual dan audio. Tetapi bisa saja hanya mengandalkan audio. Media yang termasuk ke dalam media elektronik adalah radio, televisi dan internet. Kedua jenis media massa ini sama-sama akan memberikan informasi kepada khalayak.

Secara Etimologis atau menurut asal katanya. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin communication, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jika dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan mengenai makna apa yang dipercekapkan (Effendy, 2000:9). Menurut Edwin B. Flippo, komunikasi adalah kegiatan mendorong orang-orang lain untuk menafsirkan suatu ide dengan cara yang diinginkan oleh si pembicara atau si

penulis (Moekijat. 2003:3). Jadi komunikasi adalah sebuah cara yang dilakukan oleh orang-orang untuk mendapatkan sebuah informasi. Terry dan Franklin mengatakan (dalam Moekijat, 2003:3) komunikasi adalah seni mengembangkan dan mendapatkan pengertian diantara orang-orang. Komunikasi adalah proses menukar informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih, dan penting bagi manajemen yang efektif. Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. (Franciscus T. Lamintang, 2013:5)

Komunikasi massa adalah suatu proses dalam mana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang berbeda-beda dengan melalui berbagai cara. Maka dari itu komunikasi massa sangat berkaitan dengan media. Media disini bisa saja seperti media cetak dan visual. Disini saya menghubungkan media dengan internet.

Banyak sekali kita terutama menggunakan aplikasi berbasis internet dalam kehidupan sehari-hari. Internet digunakan berbagai macam cara seperti digunakan untuk kemudahan dalam pendidikan, komunikasi menjadi lebih cepat, berbelanja, hiburan, dan lain-lain. Salah satu hal yang sering kita gunakan untuk berkomunikasi atau mendapatkan hiburan yaitu dengan media sosial. Menurut Bosman dan Zagencyk (2011) media sosial adalah media online yang memungkinkan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein juga mendefinisikan media sosial sebagai “Kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas fondasi ideologi dan teknologi web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna.”

Ada banyak sekali media sosial yang bermunculan hingga saat ini mulai dari twitter, facebook, instagram, youtube, snapchat, dan lain-lain. McNaught (2011) mengkategorikan web 2.0, atau perangkat lunak seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan YouTube sebagai media sosial. Media sosial memiliki sifat berhubungan, berbagi, dan berkolaborasi (Bosman dan Zagencyk, 2011).

Salah satu media sosial yang saat ini berperan penting bagi masyarakat adalah YouTube yang merupakan media sosial yang penting dan menjadi video sharing

(berbagi video) populer dimana para pengguna dapat menonton, berbagi klip video secara gratis seperti klip music (video klip), film, Tv, serta video buatan para penggunanya sendiri.

YouTube sendiri berasal dari sebuah perusahaan teknologi yang merintis dan di danai dari investasi senilai dengan \$11,5 juta yang sumbernya dari Sequoia Capital di November 2005 dan april 2006.

Dari banyak nya konten-konten yang ada di YouTube seperti gaming, music, film, olahraga, dan lainnya, saat ini mulai bermunculan konten-konten tentang Vlog. Vlog atau video-blog adalah sebuah video dokumentasi yang berada di dalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan (*Urbandictionary.com*). Sebelum adanya Vlog, orang-orang membuat suatu diary atau catatan jurnal modern yang bisa diakses oleh semua orang melalui Blog. Blog berasal dari kata web blog, jika diartikan dari bahasa inggris berarti “ Catatan web”. Blog adalah sebuah website yang di gunakan untuk memberikan suatu informasi yang disebut “Postingan” secara berkala dan konsisten yang menyerupai sebuah catatan harian. Blog biasanya menggunakan suatu platform atau sistem penerbit yang dirancang khusus untuk konten dinamis dan terdapat beberapa fitur standar didalamnya. Seperti menu / navigasi, link, widget dan tempat komentar yang digunakan untuk meningkatkan interaksi penulis dan pengunjung. Blog bisa digunakan untuk menulis curhat, cerita, pengalaman, ilmu pengetahuan atau pendapat pribadi agar dapat dibaca orang di seluruh penjuru. Yang menjadi perbedaan yang mendasar yang membedakan antara Blog dengan Vlog adalah Blog berbasis teks sedangkan Vlog berbasis video.

Seiring berjalannya waktu, Youtube mulai berkembang di Indonesia dengan munculnya Channel Youtube yang kreatif, dan saat ini sedang bersaing menaikan Subscriber, contohnya:

Atta Halilintar dengan 27.5 juta Subscriber, Ricis Official dengan 25.3 juta Subscriber, Jess No Limit dengan 22.1 juta Subscriber, Rans Entertainment dengan 20.4 juta Subscriber, Baim Paula dengan 18.7 juta Subscriber, Yudist Ardhana dengan 10.5 juta Subscriber, Raditya Dika dengan 9.38 juta Subscriber. dan masih banyak yang lainnya. Channel di dalam dunia komunikasi merujuk kepada media yang digunakan untuk membawa informasi dari si pengirim (*transmitter*) ke penerima (*receiver*). Channel YouTube adalah pembuat video (*Content Creator*)

yang menyampaikan konten berbasis video kepada para Subscribers (pelanggan). Subscribers adalah orang yang berlangganan kepada channel YouTube. Dengan kehadiran YouTube creator tersebut, maka masyarakat Indonesia dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak.

Penelitian ini adalah mengenai motif dan kepuasan menonton Vlog Yudist Ardhana dalam tayangan Youtube. Penulis berpendapat bahwa hubungan tingkat motif dan kepuasan menonton vlog Yudist Ardhana, layak untuk diteliti, karena channel Youtube Yudist Ardhana berisikan konten-konten yang menarik, contohnya: Prank, Eksperimen, Hiburan, Keceruan, dan yang lainnya.

Secara sekilas peminat yang menonton vlog dan konten semacam ini diperkirakan adalah masyarakat disemua kalangan, maka perlu membatasi penelitian untuk mewakili masyarakat yg diteliti. Selain itu terdapat pula faktor-faktor situasional yang mempengaruhi atraksi interpersonal seperti daya tarik fisik, ganjaran, kesamaan, dan kemampuan masyarakat kita cenderung menyukai orang-orang tampan dan cantik, yang bergemilang harta, yang unik, dan juga yang memiliki kepintaran lebih dibandingkan kita.

Maka dari itu penulis tertarik membahas motif dan kepuasan menonton vlog Yudist Ardhana dengan gaya yang bersemangat didalam tayangan vlognya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian adalah

1. Bagaimana Motif menonton vlog Yudist Ardhana di YouTube bagi Siswa/siswi kelas XII IPA SMA NEGERI 11 DEPOK.
2. Bagaimana Kepuasan menonton vlog Yudist Ardhana di YouTube bagi Siswa/siswi kelas XII IPA SMA NEGERI 11 DEPOK.
3. Bagaimana hasil dari variabel X dan variabel Y pada vlog Yudist Ardhana oleh Siswa/siswi kelas XII IPA SMA NEGERI 11 DEPOK .

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah mengenai apa saja yang hendak dicapai berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka bertujuan untuk

1. Untuk mengetahui motif menonton vlog Yudist Ardhana oleh Siswa/siswi kelas XII IPA SMA NEGERI 11 DEPOK
2. Untuk mengetahui kepuasan menonton vlog Yudist Ardhana oleh Siswa/siswi kelas XII IPA SMA NEGERI 11 DEPOK.
3. Untuk menganalisis Motif dan Kepuasan menonton Vlog Yudist Ardhana oleh Siswa/siswi kelas XII IPA SMA NEGERI 11 DEPOK

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan guna dan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Yakni untuk menambah wacana serta memberikan informasi dan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama dalam bidang penyiaran (broadcasting) sebagai bahan masukan maupun referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini secara praktis yakni diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi yang berarti kepada Yudist Ardhana dari segi motivasi dan kepuasan menonton terhadap channel YouTube tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

penelitian ini disajikan dalam beberapa bab, dengan sistematik sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat praktis) dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan kerangka teori yang mendasari penelitian, yaitu meliputi penjelasan teori, komunikasi, komunikasi massa, internet, vlog, Youtube, motif dan kepuasan, penertian siswa, kategori usia, operasional variabel dan tabel variabel.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang desain penelitian yang digunakan, sumber data, populasi dan sampel, bahan penelitian dan unit analisis, teknik pengumpulan data, validitas dan reabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang Gambaran Objek penelitian, Hasil Penelitian, Identitas Responden, serta hasil data diri masing-masing variabel X dan Y, hasil uji validitas dan reliabilitas.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang penjelasan dari table yang ada pada bab 4 serta memaparkan sedikit hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran terhadap hasil dari penelitian yang sudah peneliti lakukan.