BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi dilakukan manusia, untuk menyampaikan motif yang ingin disampaikan ke manusia lainnya. Menurut William Albig komunikasi disebut juga sebagai proses sosial dalam arti pelemparan pesan/lambang yang mana mau tidak mau akan menumbuhkan pada semua proses dan berakibat pada bentuk perilaku manusia pada adat kebiasaan. Semakin berkembangnya zaman, sekarang manusia tidak hanya berkomunikasi dengan secara langsung saja. Dengan kemajuan teknologi saat ini, kebutuhan informasi dapat diperoleh masyarakat melalui banyak media massa mulai dari surat kabar, majalah, radio, televisi dan internet. (Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi 2010, HAL.5).

Komunikasi media saat ini telah menggunakan media baru dalam bentuk internet, yang dimana saat ini media sosial telah menggeser posisi media lama dalam penyampaian serta penyebaran informasi kepada khalayak. Dalam media baru terdapat sebuah media berbasis internet yang menggunakan computer maupun telfon genggam yang semakin cangih di masa sekarag ini . Kekuatan pada perubahan di awal berkomunikasi dan dengan cara pemanfaatan media computer. Kunci untuk kekuatan computer yang besar sebagai sebuah alat komunikasi terletak pada digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur. (McQuail 2015, HAL.43).

Pada saat ini komunikasi media dapat digunakan oleh media baru yang berbentuk sebuah internet dan di dalam media tersebut terdapat media sosial yang mulai menggeserkan semua posisi yang berada di media lama serta cara penyampaian informasi media sosial ini dapat diakses tanpa adanya hambatan dan juga mendominasi media yang dapat ditayangkan seperti televisi yang menyampaikan informasi menggunakan audio-visual dengan kehadiran media baru salah satunya yaitu YouTube.

Menurut Deddy Mulyana, (2015:69) komunikasi meliputi semua respone terhadap pesan yang diterima kemudian 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, (2015-3-7) 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 menyebarluaskan symbol-symbol kepada audience yang tersebar luas dan bersifat heterogen.

Menurut McQuail media baru dapat perangkat teknologi komunikasi yang dapat dimiliki dengan ciri-ciri yang sama memungkinkan menggunakan digitalisasi dan ketersediaannya yang sangat luas dengan penggunaan pribadi alat komunikasi. Sebagaimana kita lihat "Media Baru" sangat beragam dan tidaklah mudah untuk didefinisikan, tetapi kita lebih baik tertarik terhadap media baru dan penerapannya yang berbagi wilayah memasuki ranah komunikasi massa atau secara langsung maupun secara tidak langsung memiliki dampak terhadap media massa "Tradisional". (*Komunikasi dan media baru*, 2016, HAL.43).

Menurut Abrar (2014:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era, era pertama yaitu era komunikasi tulisan, era kedua yaitu era komunikasi cetak, era ketiga yaitu era telekomunikasi, dan era keempat yaitu era komunikasi interaktif. Manfaat sosial media menurut Puntoadi (2012:19)adalah menentukan personal branding yang diinginkan, mencari lingkungan yang tepat, mempelajari cara berkomunikasi untuk konsistensi dan sebagai *Mix the media.* Media sosial dapat kita akses mau dimana saja dan dapat memiliki sebuah sumber batas untuk membuat media sosial jadi mendominasi. Contohnya seperti media televisi dapat menyampaikan informasi dengan audio visual bersaing dengan 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 sistem gelombang mikro flew (2013:2-3)

Youtube merupakan sebuah situs web berbagi video yang dibuat pada febuari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagai video. Platfrom video tersebut

menggunakan teknolohi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan konten video, termasuk klip film, klip Televisi dan video music, yang menduduki urutan pertama pada tahun 2020.

Menurut Eribka, Mariam dan Stefi (2017:11) Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai naik daun sejak 5 tahun yang lalu. Dilansir dari data statistic pada situs youtube, platform berbasis video ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna yang merupakan hampir dari sepertiga dari semua pengguna internet. Setiap hari pengguna youtube bisa menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan. Youtube menjangkau pemirsa rata-rata berusia 18-34 tahun. Beragam konten video bisa diakses dalam youtube, mulai dari musik, film, komedi, pendidikan dan informasi, tutorial, olahraga, gaya hidup, gaming, dan vlog.
(https://www.youtube.com/intl/id/yt/about/press).

Youtube telah menjadi bagian dari salah satu *platform* video tersebar 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 tidak lepas dari kontribusi para creator di Indonesia, dimana sejumlah creator 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 Rai Ricis. Sedangkan di tahun ini, sudah lebih dari delapan creator, terdiri dari *individual creators* dan beberapa *channel* televisi 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 popular.

Sejak dua tahun terakhir mulai banyak bermunculan pembuat vlog atau lebih dikenal dengan sebuatan vlogger di Indonesia. Pembuatan vlog juga relatif mudah karena hanya mengandalkan alat perekam dan bicara mengenai keseharian pribadi sudah tergolong sebagai vlog. Semakin maraknya vlogger di Indonesia membuat persaingan meraih tontonan terbanyak semakin tinggi karena itu beragam macam.

Youtube salah satu *platfrom* 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 sistem youtube sekarang penghargaan itu diberikan reward atau hadiah. Hadiah tersebut berasal dari *views, subscriber, Likes, Comment.* Penghargaan itu diberikan kepada pemilik akun youtube. Youtube pada dasarnya adalah sarana untuk mereka yang ingin mengekspresikan diri mereka atau bisa juga bersuara tentang sesuatu agar dapat di dengar oleh banyak orang hal ini dikarenakan sangat sulit untuk bersuara di media telvisi oleh karena itu saat ini untuk bersuara mengenai sesuatu tidaklah sulit karena sudah ada youtube namun menurut penulis youtube saat ini sangatlah berbeda dengan youtube jaman dulu khususnya youtuber di Indonesia karena pada saat ini orang-orang telvisi juga mulai masuk ke ranah youtube yang menyebabkan pebedaan keadaan youtube sekarang dan youtube dulu. Keadaan youtube sekarang dengan adanya orang-orang televisi membuat konten kreator kesulitan dalam membuat konten banyak konten kreator sudah mulai tenggelam bahkan mati dikarenakan logaritma youtube berbeda. Saat ini kita bisa lihat di youtube konten-konten yang trending menurut penulis adalah konten yang tidak bagus hanya bermodalkan sensasi saja dan lebih mirisnya lagi saat ini banyak artis juga mulai memasuki youtube dan akhirnya konten kreator yang ingin memulai karier mereka di youtube lebih sulit lagi karena datangnya artis-artis di Indonesia mulai masuk ke ranah youtube, serta konten saat ini adalah konten-konten yang tranding saja yang diberikan tidak bervariasi lagi tidak seperti youtube dulu yang setiap konten kreator memiliki konten yang berbeda-beda dikarenakan youtube saat ini adalah *platfrom* pilihan untuk generasi muda.

Maraknya Vlog di youtube menjadi tontonan rutin para anak muda. Fenomena ini juga muncul dalam kalangan remaja khusunya dalam Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Motovlogger Alit Susanto Terhadap Minat Menonton Ikatan Bikers Universitas Multimedia

Nusantara. Vlog sudah menjadi pembicaraan dan tren yang marak bagi masyarakat. Hal ini tampak dari penggunaan youtube di kalangan masyarakat yang milih untuk menonton vlog tampak dari penggunaan youtube dikalangan masyarakat yang memilih untuk menonton vlog lebih daripada konten yang lain dan menontonnya secara berkala sesuai dengan jadwal unggahan video para vlogger.

Alit Susanto awalnya merupakan seorang penulis di tahun 2006 alit susanto mulai menulis diary karena ingin mendokumentasikan semua perjalanan hidupnya di Yogyakarta setiap ada kejadian beliau menuliskannya kemudian mengupload di salah satu sosial media yaitu Friendster menurut Alit Susanto tulisan adalah mesin waktu yang sebenarnya yang bisa membawa kita ke masa lalu. Pada tahun 2007 adalah salah satu seorang temannya berkata bahwa tulisan Alit Susanto lucu berkat temannya itu Alit Susanto percaya diri untuk menulis sampai akhirnya di tahun 2009 buku yang ditulis oleh Alit Susanto diterima oleh penerbit yang berjudul shitlicious. Pada tahun 2012 buku kedua terbit yang berjudul skripshit karena buku ini nama Alit Susanto mulai dikenal di kalangan penikmat buku-buku komedi Indonesia. (https://www.youtube.com/watch?v=QWPSYd3CR0A&ab_channel=alittsusanto)

Alit Susanto sudah memulai membuat akun Youtube pada 11 September 2011 kemudian pada 3 April 2016 Alit membuat video motovlog pertamanya yang berjudul "[MotoVLog] - Bikin Knalpot Freeflow Royal Enfield dan Menambal Ban". Pada video tersebut menceritakan perjalanannya menggunakan sepeda motor untuk mengganti oli motor serta menceritakan secara singkat sejarah mengenai motor yang dikendarainya kemudian pada vlog berikutnya Alit Susanto mulai membuat banyak video tentang MotoVlog mulai dari motor *classic* hingga motor *sport* dan juga menjelaskan tentang motor itu sendiri mulai dari pengalaman berkendara menggunakan motor tersebut hingga kelebihan dan kekurangan dari motor tersebut. Alit Susanto saat ini memiliki 620k (620ribu) subscriber dan memiliki views sebesar 115,534,852x. Pada video-video yang diunggahnya, di antaranya berjudul "Aturan Motor Custom Menurut Polisi" menjadi video yang terbanyak di tonton terkait motovlog yaitu menjelaskan aturan-aturan yang boleh digunakan dalam meng-custom atau merubah motor sesuai keinginan pemilik motor tersebut tetapi tetap mematuhi peraturan berkendara di Indonesia. Pembawaanya sebagai vlog *automotive/influencer automotive*

banyak mengandung berita-berita *automotive* terutama terkait kendaraan roda dua yang menjadi panutan dikalangan pecinta motor terutama pecinta motor *custom* di Indonesia https://socialblade.com/youtube/user/nyinx2

Dengan ini peneliti melihat konten Youtube Alit Susanto terkait kendaraan roda dua untuk itu peneliti ingin tahu apakah konten Youtube tersebut membawa pengaruh minat menonton Ikatan Bikers Universitas Multimedia Nusantara.

Maka dari itu sesuai latar belakang masalah di atas peneliti ingin mengangkat tema penelitian yang berjudul Pengaruh Vlog Youtube Alit Susanto terhadap Pembentukan Sikap Afeksi Anggota Ikatan Bikers Universitas Multimedia Nusantara, untuk memberikan edukasi tentang kendaraan roda dua untuk saat ini dan masa depan, banyak respon positif bagi penggemarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penitian pada :

1. Bagaimana Pengaruh Vlog Youtube Alit Susanto terhadap Anggota Ikatan Bikers Universitas Multimedia Nusantara?.

2. Bagaimana Pembentukan Sikap Afeksi (Konsumtif) Vlog Youtube Alit Susanto terhadap Anggota Ikatan Bikers Universitas Multimedia Nusantara?.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Seberapa besar konten vlog dalam Youtube Alit Susanto dapat berpengaruh terhadap Pembentukan Sikap Afeksi Anggota Ikatan Bikers Universitas Multimedia Nusantara?

2. Bagaimana masalah dalam penelitian ini yang menjadi tujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Alit Susanto Terhadap Pembentukan Sikap Afeksi Anggota Ikatan Bikers Universitas Multimedia Nusantara ?

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis :

Penelitian ini dibuat sebagai referensi bagi para peneliti lain mengenai Pengaruh Vlog Youtube Alit Susanto terhadap Pembentukan Sikap Afeksi (Konsumtif) Anggota Ikatan Bikers Universitas Multimedia Nusantara.

1. Memberikan masukan kepada orang-orang yang ingin mengetahui kekurangan/kelebihan serta pengalaman berkendara menggunakan sepeda motor tersebut.
2. Sebagai influencer *Automotive* Alit Susanto tidak lupa selalu memberikan informasi penting bagi pengguna kendaraan untuk memilih mana kendaraan bermotor yang ingin dibeli.

Manfaat Praktis :

Penelitian ini dibuat agar bisa menjadi pengetahuan bagi para pembaca mengenai Pengaruh Vlog Youtube Alit Susanto terhadap Pembentukan Sikap Afeksi (Konsumtif) Ikatan Bikers Universitas Multimedia Nusantara.

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 pecinta kendaraan bermotor agar dapat memilih motor mana yang ingin mereka punya.