

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak ada individu yang tidak disuguhkan dengan komunikasi yang luas saat ini, untuk apa bisa dikatakan seperti itu, tidak peduli dengan panggilan dan usia, pada dasarnya ia telah memperhatikan stasiun radio, menatap TV atau menonton film dalam film. Ketika banyak latihan ini dilakukan, memang, dia telah disajikan kepada komunikasi yang luas sehingga di sana-sini dapat memengaruhinya. Apalagi dengan hadirnya inovasi yang sangat berkembang saat ini.

Salah satu teknologi yang terus melakukan inovasi yaitu teknologi komunikasi. Kehadiran teknologi komunikasi sangat membantu manusia dalam mencari informasi dan memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan orang lain di belahan dunia manapun dengan cepat dan efisien. Dahulu kita mengenal media komunikasi massa tradisional seperti surat, radio, televisi dan media cetak namun saat ini media tersebut seakan tertinggal oleh teknologi komunikasi dan permintaan pasar yang sangat besar terhadap kebutuhan informasi dan komunikasi terus mendorong munculnya media baru (New Media) Media baru adalah hasil integrasi atau penggabungan media dan jaringan sosial dan sebagai indikator komunikasi struktural. Seperti yang diketahui, internet (interconnection networking) merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer (dengan berbagai varian manfaat), televisi, radio, dan telepon (Bungin, 2009: 136).

Internet mendominasi dalam menyatukan individu, karena topografi saat ini bukan halangan. Berbagai individu dari berbagai negara dan yayasan dapat bergabung satu sama lain berdasarkan keuntungan dan usaha normal mereka. Ide ekspansionisme terkomputerisasi dan budaya online telah memasuki kelompok yang berbeda seperti orang dewasa, anak-anak dan anak-anak. Gadget yang digunakan dalam mengendarai web adalah perangkat.

Data Tren Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2021



Gambar 1.1 data pengguna internet dan media sosial Indonesia tahun 2021

- Total Populasi (jumlah penduduk): 274,9 juta
- Pengguna Mobile Unik: 345,3 juta (125,6% dari jumlah populasi di Indonesia)
- Pengguna Internet: 202,6 juta (73,7% dari jumlah populasi di Indonesia)
- Pengguna Media Sosial Aktif: 170 juta (61,8% dari jumlah populasi di Indonesia)

Gadget adalah sebuah istilah yang berasal dari bahasa Inggris, yang artinya perangkat elektronik kecil yang memiliki fungsi khusus. (khotimah dan Novitasari 1: 2016) Sesuatu yang mengenali perangkat dari gadget elektronik

lainnya adalah komponen 'rasa ingin tahu'. Artinya, dari hari ke hari perangkat umumnya muncul dengan memperkenalkan inovasi terbaru yang membuat eksistensi manusia lebih membumi. Tentang penataan alat, seperti ponsel, laptop tablet, PC.

Data Statistik Pengakses Youtube

YouTube dinobatkan sebagai media sosial terpopuler untuk masyarakat Indonesia. YouTube berhasil menjaring 170 juta pengguna atau 93,8 persen dari total keseluruhan populasi 181,9 juta pengguna internet berusia 16-64 tahun. Berdasarkan riset yang dilakukan Hootsuite dan We Are Social per Januari 2021, Senin (15/2/2021), pengguna internet berusia 16-24 tahun paling banyak menghabiskan waktunya menonton video online di perangkat mereka. Tercatat, 98,5 persen dari 181,9 juta populasi memilih beraktivitas di internet dengan menonton video online atau streaming. Artinya, 179,1 juta orang di Indonesia telah memanfaatkan internet untuk menonton video online.

Menurut pengamatan yang telah dilakukan pada balita daerah di jln.Hj.Ten, Pulo Gadung, Jakarta Timur, DKI Jakarta. terdapat beberapa anak yang sering menonton kanal channel youtube CnX Adventures dengan gadget mereka, mereka sering mengakses channel tersebut di YouTube.

Menghabiskan waktu bersama keluarga memang menjadi pilihan yang tepat setelah seharian beraktivitas. salah satunya adalah menonton video bersama. Namun, jika Anda bingung menentukan tontonan yang cocok untuk keluarga, CnX Adventures hadir untuk menemani waktu santai Anda.

Sejak 2017, Chiara dan Xavier bersama Papa Mama memulai keseruan di channel YouTube-nya. Channel keluarga ini mengunggah video seru setiap hari Selasa, Kamis, dan Sabtu. CnX Adventurers menemani Anda dan keluarga dengan challenge asik, drama lucu, bahkan prank lucu yang seru untuk

keluarga. Tidak hanya itu, CnX Adventurers juga menghadirkan ide kreatif untuk anak yang bisa Anda jadikan referensi untuk mengusir rasa bosan bersama keluarga. Mulai dari camping di rumah kardus, menginap di rumah Lego, dan beberapa ide seru yang cocok dilakukan selama di rumah aja. Berkat konten kreatifnya, channel YouTube ini telah berhasil diikuti oleh lebih dari 1,5 juta subscribers. Selain itu, CnX Adventurers juga aktif di Instagram dan diikuti lebih dari 30 ribu followers. Jika brand Anda seputar keluarga dan entertainment, maka CnX Adventurers adalah pilihan yang tepat untuk berkolaborasi bersama.

Kenapa channel youtube CnX Adventures sangat digemari anak-anak khususnya anak balita, Mulai dari video animasi, video edukasi yang dibungkus dengan humor oleh tokoh kartun kesayangan anak, hingga konten hiburan oleh CnX Adventures Tidak semua konten ini aman untuk anak. Namun selama orangtua mendampingi anak ketika nonton YouTube, Si Kecil bisa saja mendapatkan banyak hal positif dari kegiatan ini, seperti Mengenalkan komputer atau gadget kepada anak adalah hal yang tidak terhindarkan di era digitalisasi sekarang ini, Pada anak usia sekolah, nonton YouTube yang berisi lagu ceria tertentu bisa membuat anak lebih mudah menyerap kosakata baru, CnX Adventurers menemani Anda dan keluarga dengan challenge asik, drama lucu, bahkan prank lucu yang seru untuk keluarga. Tidak hanya itu, CnX Adventurers juga menghadirkan ide kreatif untuk anak yang bisa Anda jadikan referensi untuk mengusir rasa bosan bersama keluarga.

Beberapa orang tua anak tersebut memberitahu peneliti tentang perilaku anak yang berubah ketika ia telah menonton channel youtube CnX

Adventures menggunakan gadget. Terbatasnya kesempatan untuk belajar dikarenakan gadget. Anak tidak dapat belajar secara alami bagaimana berkomunikasi dan bersosialisasi, anak juga tidak mampu mengenali dan berbagi aneka emosi, misal simpati, sedih atau senang, dan akhirnya anak tidak dapat merespon hal yang ada di sekelilingnya baik secara emosi maupun verbal.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di RT.14/RW.06 Jln.Hj.Ten, Pulo Gadung Jakarta Timur, diketahui bahwa Channel Youtube CnX Adventures menjadi tontonan yang dominan Di lingkungan RT14/RW.06 Jln.Hj.Ten, Pulo gadung, Jakarta Timur yang di tonton dengan gadget orang tua milik anak balita warga di lokasi penelitian, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui seberapa besar Daya Tarik Channel Youtube CnX Adventures.

Dari berbagai fenomena yang terjadi diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang Pengaruh Daya Tarik Video Channel YouTube CnX Adventures Terhadap Minat Menonton Warga yang memiliki anak balita di Rt.14/Rw.06. Penelitian dilakukan pada warga jln.Hj.Ten Rt14/Rw06. Pulo Gadung, Jakarta Timur, DKI Jakarta.

Data Statistik Pengakses Internet Usia Balita

SEKITAR 87% anak-anak di Indonesia sudah dikenalkan media sosial sebelum menginjak usia 13 tahun. Bahkan, sebanyak 92% anak-anak dari rumah tangga berpenghasilan rendah mengenal media sosial lebih dini.

Berdasarkan riset tersebut, rata-rata anak Indonesia mengenal media sosial di usia 7 tahun. Dari 92% anak yang datang dari keluarga berpenghasilan rendah, 54% di antaranya diperkenalkan ke media sosial sebelum mereka berusia 6 tahun. Angka ini merupakan angka yang signifikan jika dibandingkan dengan rumah tangga berpenghasilan tinggi di mana hanya 34% yang

menggunakan media sosial sebelum mereka mencapai usia tersebut. Sebagai informasi, raksasa media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Facebook, menerapkan batas minimum usia pengguna 13 tahun.

Tetapi ada juga anak yang ketika diperkenalkan dengan gadget dan mengakses YouTube pengetahuan ia terhadap kosakata semakin banyak. Tentunya hal itu positif dengan perkembangan kognitif anak tersebut. Orang tua dari anak tersebut memberitahu kepada penulis, dampak channel youtube CnX Adventures tersebut membuat anak lebih ekspresif dibanding biasanya, mungkin karena isi atau daya tarik video channel tersebut yang membuat anak – anak lebih tertarik untuk menonton video tersebut.

Dari berbagai fenomena yang terjadi diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang Daya Tarik Video Channel YouTube CnX Adventures Terhadap Minat Menonton Anak Balita. Penelitian dilakukan pada anak - anak khususnya balita jln.Hj.Ten Rt14/Rw06. Pulo Gadung, Jakarta Timur, DKI Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:“ Seberapa besar Daya Tarik Video Channel YouTube CnX Adventures Terhadap Minat Menonton warga yang memiliki anak balita di jln.Hj.Ten Rt14/Rw06. Pulo Gadung, Jakarta Timur, DKI Jakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui media video YouTube, dan mengetahui daya tarik video YouTube CnX Adventures dengan minat menonton anak Balita di jln.Hj.Ten, Pulo Gadung, Jakarta Timur, DKI Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi, serta menjadi bahan acuan untuk peneliti selanjutnya khususnya mahasiswa/i Jurusan Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.

2. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menguji pengalaman teoritis serta menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai ilmu komunikasi khususnya pada teori new media.

3. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan tema penelitian.