

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini kehidupan berada dalam era digital dengan perkembangan media massa yang terasa sangat terhubung dengan kegiatan manusia dalam mencari informasi dan hiburan, sehingga memudahkan untuk mengikuti perkembangan zaman. Cara berpikir manusia berkembang mengikuti ilmu pengetahuan dan teknologi yang mengalami kemajuan. Hadirnya YouTube sejak Februari 2005 berhasil menjadi *platform* hasil perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi.

Menyebarkan informasi melalui YouTube adalah penggunaan teknologi yang fleksibel dan praktis, dengan sistem *subscriber* dan *viewer* yang dapat semakin bertambah dan menjangkau global. Tingginya popularitas dilatarbelakangi oleh meningkatnya nilai guna YouTube terhadap pengguna dalam menyediakan beragam kemudahan, yaitu untuk mendapatkan berita, hiburan, informasi dan edukasi. Di samping kemudahan tersebut, masyarakat sebagai penggunanya harus cerdas dalam memahami isi video yang tersedia.

YouTube merupakan media massa berbasis *web video sharing* yang saat ini tidak hanya sebagai media penghibur dalam dunia komunikasi, melainkan juga sebagai sarana membangun relasi, baik dari sisi pembuat video dan penonton. Pembuat video dapat menggali kreativitas dan mengekspresikan dirinya dalam beragam kategori, antara lain video Berita, Musik, *Podcast*, *Talkshow*, *Fashion*, *Parenting* atau *Family*, *Sport* atau *Sportainment*, Otomotif dan *Gaming* dengan segmen penontonnya tersendiri.

Menurut Miller (2009: 3) YouTube adalah sebuah komunitas berbagi video dengan penggunanya dapat mengunggah dan melihat beragam video klip online melalui *web browser*, berupa video tutorial, hiburan, pendidikan, olahraga dan lain-lain. YouTube menyediakan fasilitas bagi orang-orang untuk saling terhubung, menginformasikan, menghibur dan menginspirasi. Selanjutnya Gede Lingga (2019:264) menegaskan YouTube merupakan sebuah *website* yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang dimiliki, atau sekadar menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak.

Beragam tayangan video dalam YouTube menghasilkan tingginya ketertarikan masyarakat terhadap komunikasi melalui media, setiap tayangannya memiliki dampak bagi penonton sehingga melekat dengan pengaruh yang dihasilkan dari tayangan media massa. Secara teoretis media massa berfungsi sebagai saluran informasi, pendidikan dan hiburan, namun media massa memberi dampak di luar fungsi tersebut, yaitu media massa dapat memengaruhi sikap dan perilaku seseorang.

Pada era revolusi industri 4.0 tidak sekadar mencakup sektor produksi barang, namun juga meluas ke berbagai sektor jasa, sehingga sangat banyak sektor jasa yang

berkembang pesat didukung oleh internet. Dengan adanya konsep digitalisasi, salah satu industri jasa yang sedang berkembang adalah industri *Sportainment*, merupakan gabungan dari kata *Sport* dan *Entertainment* yang berarti olahraga dan hiburan, yaitu tayangan olahraga baik langsung atau tunda dan menjadi sebuah karya jurnalistik yang dapat dinikmati seluruh kalangan penggemar olahraga untuk menghibur.

Diketahui bahwa dunia olahraga sangat luas jangkauannya, tidak hanya terbatas pada ilmu pengetahuan, kini olahraga berotasi menjadi sajian yang wujudnya dapat dinikmati layaknya pertunjukan. Olahraga sangat diminati masyarakat sedari dulu karena merupakan bidang yang erat dengan kehidupan sehari-hari, mulai dari rutinitas untuk menjaga kesehatan hingga hobi untuk kesenangan. Cabang olahraga memiliki penggemar dan peminat karena karakteristiknya masing-masing, salah satunya cabang olahraga bulu tangkis.

Menyaksikan pertandingan olahraga sudah menjadi kebutuhan pokok, khususnya bagi yang bergiat di dunia keolahragaan baik sebagai atlet atau pelatih, namun umumnya masyarakat juga mengalaminya. Pengaruh tayangan video dalam YouTube dapat terlihat secara langsung, seperti perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat selaku penonton. Di samping maraknya pertandingan resmi olahraga bulu tangkis di Indonesia selama tahun 2022, salah duanya ialah Indonesia Masters dan Indonesia Open, Vindes Media turut meramaikan olahraga bulu tangkis melalui video dalam kategori *Sportainment*.

Tren *Sportainment* merupakan hasil dari ide kelompok masyarakat yang hobi berolahraga dan peduli dengan kemajuan olahraga di Indonesia, sehingga membentuk strategi dalam menumbuhkan keinginan masyarakat lainnya untuk berolahraga, seperti yang dilakukan oleh Vindes Media dalam YouTube VINDES dengan episode bernama Vindes Sport. *Sportainment* berperan memenuhi kebutuhan hiburan dan bermanfaat dalam menambah pengetahuan tentang pembaharuan dalam olahraga.

Menurut survei Nielsen Sports yang berjudul *Sports Fandom in Asia Powered by Nielsen Fan Insights* pada 2020, terdapat lima cabang olahraga favorit masyarakat Indonesia, yaitu olahraga Sepak Bola sejumlah 68%, Bola Basket sejumlah 48%, Bulu Tangkis sejumlah 71%, Tenis sejumlah 42% dan Baseball sejumlah 24%. Bulu tangkis merupakan olahraga yang dapat dilakukan oleh seluruh kalangan masyarakat, sehingga sangat erat dalam kehidupan masyarakat karena tingginya antusias terhadap olahraga bulu tangkis.

Episode *Sportainment* pada YouTube VINDES menghadirkan pertandingan akbar cabang olahraga bulu tangkis, rangkaian pertandingan bersifat *hybrid* yang dibentuk sebagai hiburan sekaligus kegiatan sosial. Vindes melalui Vindes Sport Tepok Bulu 2022 mengajak seluruh masyarakat untuk kreatif menghias lapangan sekitar tempat tinggalnya menjadi indah dan kembali terawat, melalui *campaign* #ArenaWarga yang juga berisi *challenge* berupa ajakan terhadap masyarakat untuk

mendokumentasikan keseruannya saat bermain bulu tangkis di daerah masing-masing.

Tentunya *campaign* #ArenaWarga tidak luput dari adanya pemenang, sehingga dapat membangkitkan semangat masyarakat untuk berlomba menghidupkan kembali olahraga bulu tangkis. Vindes Sport memiliki segmen penonton meliputi seluruh kalangan masyarakat, sehingga adanya Vindes Sport Tepok Bulu 2022 menjadi perbincangan di media sosial hingga lingkungan tempat tinggal, dibuktikan dengan menjadi *trending topic* nomor 1 di Twitter dan YouTube disertai ramainya masyarakat kembali bermain bulu tangkis di lapangan.

Dengan adanya hal ini, Penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan video *Sportainment* pada YouTube VINDES episode Vindes Sport terhadap masyarakat, khususnya pada minat olahraga bulu tangkis pemuda dengan penelitian berjudul **“PENGARUH TAYANGAN VIDEO YOUTUBE VINDES PADA EPISODE VINDES SPORT TEPOK BULU 2022 TERHADAP MINAT OLAHRAGA BULU TANGKIS PEMUDA.”**

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini adalah penelitian dengan jenis kuantitatif dan menggunakan teori komunikasi S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*). Prinsip teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Teori S-O-R menunjukkan komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi, dengan asumsi bahwa suatu stimulus (kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol) tertentu akan merangsang orang lain dalam memberikan respon dengan cara tertentu. Perilaku organisme dapat berubah apabila stimulus yang diberikan melebihi stimulus semula, artinya stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme.

Penulis memilih tayangan video Vindes Sport Tepok Bulu 2022 karena pertandingan tersebut berhasil meraih apresiasi dan membentuk perubahan baik pada masyarakat. Penerapan dalam penelitian ini yaitu mengenai hubungan pengaruh tayangan video Vindes Sport Tepok Bulu 2022 terhadap minat berolahraga pemuda. Sehingga dapat dinyatakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh tayangan video YouTube VINDES pada episode Vindes Sport Tepok Bulu 2022.
2. Minat berolahraga bulu tangkis pemuda.

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah diketahui fokus penelitian, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tayangan video YouTube VINDES pada episode Vindes Sport Tepok Bulu 2022 terhadap Pemuda.
2. Untuk mengetahui bagaimana minat olahraga bulu tangkis Pemuda setelah menyaksikan tayangan video YouTube VINDES pada episode Vindes Sport Tepok Bulu 2022.