

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, bahkan dapat dikatakan bahwa kehidupan tidak akan bisa lepas dari komunikasi. Karena manusia hidup sebagai makhluk sosial, dimana manusia tidak akan dapat hidup sendiri tanpa adanya orang lain di sekitarnya sehingga pasti setiap individu pernah melakukan komunikasi, salah satunya untuk berbagi informasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita dari dua orang individu atau lebih agar pesan yang diberitakan tersebut dapat dipahami oleh lawan bicara.

Pada umumnya, komunikasi dibagi menjadi 2 jenis, yaitu komunikasi interpersonal (komunikasi antarpribadi) dan komunikasi massa. Komunikasi interpersonal merupakan proses dimana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Komunikasi ini akan terjadi dari waktu ke waktu dan berulang kali. (Budyatna & Ganiem, 2011, p. 14). Sedangkan komunikasi massa merupakan proses penciptaan makna yang sama di antara media massa dan para komunikannya. (Baran, 2009, p. 6). Proses komunikasi massa melibatkan aspek komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi. Teori komunikasi massa umumnya memfokuskan pada struktur media, hubungan media dan masyarakat, hubungan antar media dan khalayak, aspek budaya dari komunikasi massa serta dampak hasil komunikasi massa terhadap individu. Pada intinya, komunikasi massa adalah bagaimana proses dalam menyampaikan ide, informasi serta sikap kepada orang lain dengan menggunakan media massa.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. (Cangara, 2002, p. 134). Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi juga memberi dampak yang besar terhadap perkembangan media massa karena semakin dipermudahnya proses komunikasi. Perkembangan teknologi berujung pada revolusi komunikasi serta berpengaruh terhadap perkembangan masyarakat. Diera globalisasi saat ini semua inovasi baru mengharuskan adanya peninjauan atau

pandangan baru terhadap konsep-konsep komunikasi massa yang telah ada sampai saat ini. Internet telah berkembang sangat pesat jika dibandingkan dengan media massa sebelumnya. (Severin, 2008, p. 83). Salah satu media massa yang sangat berkembang dan menarik adalah YouTube.

Pada era modern seperti sekarang tentu sudah tidak asing dengan nama YouTube karena YouTube sudah menjadi konsumsi publik yang sangat disukai dan mudah untuk diakses, selain menonton tv. YouTube digunakan dengan berbagi atau melihat video, seseorang yang membagikan videonya di YouTube harus memiliki channel dengan *icon* namanya sendiri sehingga mudah diingat dan ditemukan oleh masyarakat. Mereka ini disebut sebagai *youtuber*. Sekarang ini semua informasi dapat diperoleh melalui YouTube karena dapat dikatakan

YouTube merupakan basis data video yang paling lengkap dan variatif. YouTube kini sangat membantu dari aspek kebutuhan yang dibutuhkan penggunaannya dengan berbagai kualitas yang ditawarkan. Hal ini tentu sangat menguntungkan bagi para *youtuber* karena semua video yang diunggah dapat ditonton dan memberi informasi kepada seluruh dunia.

Seperti salah satunya channel Augie Fantinus yang memberikan konsep video di channelnya didominasi yang berhubungan dengan olahraga basket. Selain karena Augie menyukai dan mendukung olahraga basket khususnya di Indonesia, Augie juga ingin memberikan informasi seputar pemain-pemain basket atau selebriti yang diundang olehnya dengan cara *sharing* dan ngobrol bersama orang tersebut agar masyarakat luas yang mungkin mengidolakan atau ingin mengetahui lebih dalam seputar kehidupan orang tersebut dapat memperoleh informasi dari video yang diunggah oleh Augie tersebut, selain itu Augie juga mengajak bercanda dan bersenang-senang dengan cara bermain basket satu lawan satu melawan dirinya di lapangan basket rumahnya yang didesain khusus untuk acara ini. Acara ini termasuk populer di kalangan masyarakat yang memiliki hobi bermain basket atau mengikuti dan mendukung basket Indonesia, acara ini diberi nama One on One.

Oleh karena itu, penulis merasa ingin mendalami lebih lanjut mengenai acara One on One di channel YouTube Augie Fantinus karena selain penulis juga memiliki minat di bidang olahraga basket, acara ini juga memberikan banyak manfaat, seperti penulis dapat mengetahui banyak sisi lain dari orang-orang yang diundang oleh Augie karena diadakannya acara *sharing* atau ngobrol santai mengenai seputar kehidupan pribadi atau yang berhubungan dengan basket, jadi

memberikan informasi baru yang selama ini penulis tidak ketahui lalu acara ini juga memberikan pengalaman kepada para *student athlete* yang diundang mengenai cara berkomunikasi di publik atau di depan kamera yang akan banyak ditonton oleh jutaan orang sehingga nantinya atlit-atlit ini yang sebelumnya jarang berhadapan dengan kamera atau orang banyak ketika di wawancara dapat memiliki kemampuan *public speaking* yang baik, acara ini juga memiliki pengaruh untuk calon-calon muda atlit basket agar lebih termotivasi merintis karir di dunia perbasketan sehingga penulis merasa sangat kagum dengan acara One on One di channel YouTube Augie Fantinus tersebut.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas, maka penulis merumuskan beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana persepsi komunitas basket professional perempuan Indonesiaterhadap acara One on One di channel YouTube Augie Fantinus?
2. Bagaimana minat komunitas basket professional perempuan Indonesiamenonton acara One on One di channel YouTube Augie Fantinus?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi komunitas basket professional perempuanIndonesia terhadap acara One on One di channel YouTube Augie Fantinus.
2. Untuk mengetahui minat menonton komunitas basket professional perempuan Indonesia terhadap acara One on One di channel YouTube Augie Fantinus.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap perkembangan

ilmu komunikasi terutama dalam kajian terkait teori komunikasi dengan persepsi dan minat menonton acara One on One di channel YouTube Augie Fantinus.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan bahan referensi berdasarkan pada teori dan disiplin ilmu yangtelah diperoleh pada bangku kuliah dalam mata kuliah komunikasi massa, khususnya terkait dengan persepsi dan minat menonton.

2. Bagi Penelitian Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan persepsi dan minat menonton terhadap acara One on One di channel YouTube Augie Fantinus