

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan sebuah nama yang telah digunakan di tahun 1920-an dalam menunjukkan istilah jenis media yang ditampilkan dengan khusus guna memperoleh penduduk secara meluas. Untuk percakapan harian, nama tersebut disebut dengan media. Untuk aktivitas hidup harian media massa memiliki peran sentral untuk menyampaikan informasi pada publik (Imami, 2017:1).

Sejalan dari teknologi yang semakin berkembang, kini media massa sudah mengalami perkembangan nyata dan ada untuk beberapa bentuk serta bisa dilakukan akses dengan praktis. Di beberapa sektor lain masyarakat juga membutuhkan teknologi canggih untuk mencari informasi, seperti halnya yaitu media sosial youtube (Chandra, 2017:407).

Youtube adalah satu dari beberapa media guna menyebarkan pesan yang telah disukai penduduk belahan dunia. Salah satunya Indonesia telah terdapat orang yang membuat media tersebut sebagai wadah mendapatkan nilai ekonomi yakni sebagai seseorang youtuber ataupun *content creator*. Seseorang tersebut mempunyai *channel* dengan adanya beberapa konsen yang beda berupa vlog, kuliner, review, dan lainnya. Tentu kontenyang sudah ditetapkan seseorang youtuber seharusnya mempunyai karakter tersendiri. Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) konten merupakan ketersediaan informasi dari medai ataupun produk elektronik. Konten yang disampaikan bisa dilaksanakn dari beberapa cara dengan nyata dan juga tidak berupa internat, tv, dan sebagainya, sampai kini telah digunakan dari smartphome (Cecariyani, 2018:496).

Dari suvey yang dilaksanakan Youtube, diperoleh sudah mempunyai 1 milyar lebih penggunanya, artinya kurang lebih sepertiga dari semua pengguna internet. Dominasi pengguna berumur 19-35 tahun dan di atas 70% dari tontonya video di media sosial tersebut yang menggunakan smartphome, 1 milyar jam tontonan perharinya. Google sebagai wakil youtube memberikan informasi hasil

penelitian yang dilakukan dengan kantor TNS mengenai pengguna yang ada di Indonesia. PT Kantor TNS Indonesia merupakan suatu instansi yang berfokus terhadap bidang riset dan informasi pasar.

Dari hasil riset, Indonesia menghasilkan penonton rata-rata sampai waktu 60 menit per hari di youtube. Berdasarkan hasil yang diperoleh 93% pengguna tersebut menampilkan Youtube sebagai target utama para pengguna saat menelusuri video. Berdasarkan aspek kuantitas penonton, media ini telah unggul persaingan dari tv yang menjadi wadah media yang banyak digunakan masyarakat Indonesia. Berdasarkan 1500 penilai yang ikut serta pada penelitian, 53% menunjukkan melakukan akses Youtube perhari, dan 57% menunjukkan melakukan tontonan di tv perharinya. Media sosial ini telah mempunyai daya simpan yang besar, tidak terdapat yang bisa memperhitungkan total besaran data yang ada pada youtube, seperti halnya google, instagram, dan beberapa jenis lainnya. Seluruh media tersebut mempunyai daya simpan yang dikenal dengan data center, dimana tempat penyimpanan tersebut menyimpan semua informasi dan video yang diinput dari seluruh pengguna youtube yang terdapat di semua dunia (Setiadi,2019:314).

Youtube telah menjadi satu dari beberapa platform yang terbesar dan banyak diminati oleh dunia, tentu juga mempunyai kelebihan dibandingkan dengan platform media sosial lainnya yaitu bisa melakukan tontonan video meskipun tidak ada didaftar dan pengguna yang telah didaftarkan dapat mengakses video ke Yt, dalam menghasilkan konten pribadi, dapat melakukan download video dari dukungan situs misalnya www.savefrom.net menggunakan langkah menempatkan link video tersebut ke dalam situs sebelumnya, dengan video yang bervariasi, resolusi yang tinggi, mengetahui panduan cara, music, serta lainnya, melakukan promosi produk/barang (Akbar, 2018:32). Pada umumnya pengaruh semakin merebak pemakaian youtube merupakan publik yang memanfaatkan media sosial ini guna memperoleh hasil yang kreatif, serta kemampuan mengekspresikan diri, guna bisa melakukan interaksi pada penonton yang menjadi bentuk komoditas yang digunakan dari creator bagi kepentingan agar memperoleh nilai untung secara popularitas maupun materil.

YouTube bisa sebagai audens ataupun khalayak yang untuk dijadikan co producer untuk para pemberi content terhadap kegiatan hubungan yang ada dari kreator dan juga publik. Dan youtube juga dapat memberi penghargaan terhadap pencapaian dari kerja keras para pengguna untuk meningkatkan channel sampai memperoleh jutaan penonton ataupun bahkan lebih, dari *playbutton* mulai dari *silver* yang menunjukkan 100.000 subscriber, *gold* yang menunjukkan 1.000.000 lebih subscriber, *diamond* yang menunjukkan 10.000.000 juta subscriber, *ruby* yang menunjukkan 100.000.000 subscriber. Pencapaian itu diberikan dari perolehan prestasi para youtuber, dalam mendapatkan penghargaan tersebut butuh kerja keras untuk menghasilkan konten yang bisa memikat penonton dan subscriber.

Penghasilan tertinggi yang diperoleh dari youtuber terhadap pencapaian penonton dan subscriber menjadikan berbagai pihak telah berminat dalam ikut langsung sebagai youtuber juga, contohnya Ria Ricis dan juga Atta Hallilintar yang sukses mempunyai banyak viewer dan pengikut sebagai contoh untuk para penerus sekarang dalam terjun ke karir sebagai Youtuber. Akan tetapi guna mempunyai pengikut dan penonton yang relevan dengan aturan YPP. Youtuber diharuskan dari tahapan yang termasuk panjang, jadi tidak jarang juga tahapan itu membuat adanya beberapa hambatan yang dialami dari seorang youtuber (Ulya,2019:2).

Pada sektor kreativitas yang kini mengalami perkembangan di Indonesia, seperti terhadap konten youtube. Berdasarkan Munandar dalam Cecariyani (2009:12) kreativitas merupakan hasil hubungan dari seseorang dan lingkungan, kapasitas dalam memperoleh campuran terbaru, menurut informasi maupun data ataupun berbagai unsur yang telah terdapat ataupun disebut terdahulu, yakni seluruh pengalaman serta wawasan yang sudah didapat setiap orang di masa hidup seperti dari sekitaran keluarganya, sekolahnya, dan dan masyarakatnya. Beberapa penghasil konten youtube yang populer dikenal dengan *youtuber* yang banyak berdaya saing bentuk kreativitas untuk menghasilkan video yang diinginkan bisa memikat perhatian publik. Kreativitas adalah dasar pokok untuk membuat suatu konten, baik dengan kesadaran ataupun tidak, satu konsen yang diminati orang

banyak tentunya ke depan dapat menghasilkan berbagai konten yang serupa berjangka waktu panjang. Kreativitas konten pada dasarnya dapat lebih banyak memperoleh reaksi dari para penonton.

Istilah *content creator* untuk viewer youtube lebih dijelaskan pada seseorang yang memanfaatkan media tersebut untuk dijadikan wadah kreativitas serta membagi kapasitas dirinya, tidak sebatas membuat youtube dijadikan sumber pendapatan saja. Berbagai konten yang membuat youtube menjadi media kreativitas adalah seperti Raditya Dika berisikan video komedi, Agung Hapsah berisikan konten pengaturan perangkat digitalisasi dan lain sebagainya.

Alasan penulis memutuskan untuk melakukan penelitian Youtube video creative content yaitu sebab di masa teknologi saat ini, masyarakat menunjukkan antusiasme untuk memperoleh karya dengan ide dan inovasi dari video, selain itu juga dilakukan karena sudah menjadi hobi sampai dapat memperoleh uang ketika seseorang memberikan bentuk suka terhadap video yang dibuat.

B. Batasan Istilah

Judul ini meliputi istilah utama yang dinilai butuh diberikan batasan tertentu untuk dijadikan dasar kajian lanjutan. Pembuatan batasan tersebut berguna dalam mencegah ruang lingkup yang meluas sehingga menghilangkan fokus penelitian, maka dibutuhkan pembatasan istilah yang spesifik guna tidak adanya kesenjangan definisi dari peneliti dan pembacanya untuk mengerti riset ini. Adapun yang menjadi pembatasan istilah dalam penelitian ini yaitu dengan berikut:

- 1. Persepsi** merupakan tahapan psikologis yang didapatkan seseorang untuk mengerti informasi mengenai lingkungan, dari penglihatan, penciuman, dan sejenisnya. Keutamaan dalam mengerti persepsi yaitu ada di pengetahuan persepsi sebagai tafsir menarik pada kondisi, tidak pencatatan yang valid pada kondisi (Ridwan, 2016:19)
- 2. Media Sosial** ataupun disebut sebagai jejaring sosial adalah komponen media terbaru. Pada umumnya dijelaskan dengan seluruh jenis yang sebatas dapat dilakukan akses dari internet dan berisi teks, suara, dan lainnya (Angelina) dalam (Amaliya, 2017:33)

3. **Youtube** adalah suatu jejaring sosial yang diminati dari publik pada semua belahan dunia. Selain itu suatu situs web yang memberi kemungkinan untuk berbagi. Mendownload, melakukan tontonan dan membagikan video.
4. **Content Video Creative** merupakan segala bentuk isi untuk suatu jejaring pada bidang teknologi yang terdapat sekarang ini, berupa blog, video, podcasting dan gambar digital yang terbentuk melalui buatan para *creator*.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara terhadap penggunaan youtube sebagai media *content video creative*?
 - a. Apakah ada ketergantungan mahasiswa terhadap media sosial youtube?
 - b. Apakah mahasiswa menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan yang spesifik?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi yang ditimbulkan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada pemakaian youtube sebagai media *content video creative*.
2. Untuk mengetahui apakah mahasiswa memiliki ketergantungan akan kebutuhan informasi terhadap media sosial youtube.

E. Manfaat Penelitian

1. Menurut teoritis, diharapkan hasil yang diperoleh dapat sebagai bahan referensi untuk riset lainya dan menambahkan cukup pengetahuan yang berhubungan pada youtube dijadikan untuk media *content video creative*.
2. Menurut praktis, hasil yang diperoleh bisa meningkatkan pengetahaun serta pembahasan mendalam mengenai pengaruh youtube sebagai *content video creative*.

F. Sistematika Penulisan

Berdasarkan standar penelitian keilmiahan, maka pembuatan susunan tugas akhir dapat dibagikan dalam lima bab, berikutnya setiap bab terbagi atas

berbagai sub, adapun sistematika penulisan tugas akhir ini disesuaikan dengan berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Berisi definisi koneptual, kerangka konsep, fokus penelitian, deskripsi fokus penelitian, dan kajian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi mengenai jenis dan metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, objek dan instrumen penelitian, teknik mengumpulkan data, analisa data serta keabsahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi mengenai penyajian data berupa deskripsi lokasi penelitian, hasil riset persepsi mahasiswa pada pemakaian media sosial youtube.

BAB V : PENUTUP

Berisi mengenai penutup yang menjelaskan mengenai kesimpulan maupun saran.