

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan komunikasi akan timbul jika seorang manusia mengadakan interaksi dengan manusia lain, jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi timbul sebagai akibat adanya hubungan sosial. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun kelompok. Di era perkembangan zaman yang semakin pesat ini penyampaian arus informasi dapat tersampaikan dengan baik dalam lingkup yang luas. Menurut Harold Lasswell komunikasi adalah satu arah yang berguna untuk menjawab suatu pertanyaan, *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa dan berefek apa). Sehingga dengan definisi tersebut dapat diturunkan menjadi lima unsur komunikasi yang akan saling bergantung satu dengan lainnya yaitu *source* (komunikator), *message* (pesan), *channel* (media), *receiver* (komunikan) dan *effect* (efek) Antoni (2015). Dalam pernyataan para ahli mencerminkan bahwa komunikasi dapat dilakukan tidak hanya secara langsung, melainkan dapat dilakukan dengan bantuan media.

Seiring dengan zaman yang terus menerus berkembang, dunia teknologi komunikasi massa juga ikut mengalami perkembangan, lahirnya internet sebagai new media atau media baru menjadikan media hiburan dan informasi tidak lagi hanya bersumber pada TV, koran dan media konvensional lainnya. New media juga secara eksklusif ditekankan pada teknologi komputer yang menekankan bentuk dan konteks budaya yang mana digunakan, seperti dalam seni, film, perdagangan, sains melalui internet Dewdney, A. & Ride (2006).

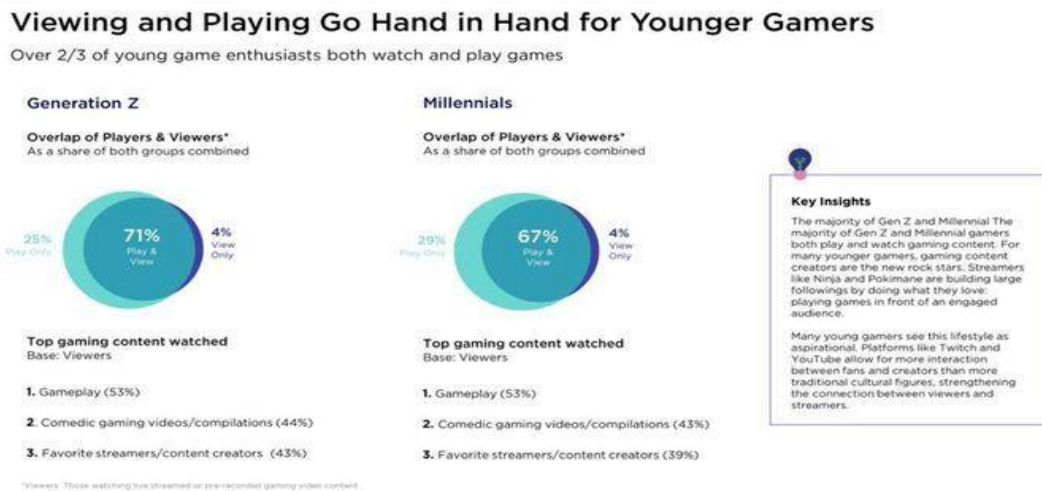
Dalam beberapa platform media massa berbasis internet seperti twitter dan youtube. Social Networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Situs berbagi media (Media Sharing) merupakan situs media sosial yang memungkinkan anggota untuk menyimpan dan berbagi gambar, podcast, video secara online. Salah satu contoh media sharing adalah YouTube. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih berfokus dalam salah satu platform berbasis internet yaitu youtube. Pernah dengar slogan, Youtube lebih dari tv?. Semakin kesini slogan tersebut semakin *relate*, khususnya di lingkungan kaum muda. Banyak dari kaum milenial yang lebih memilih menonton Youtube dibandingkan menonton televisi. Selain Youtube dapat diakses kapan pun dan di mana pun, *platform* berbasis video ini dapat menyajikan apa yang kita butuhkan. Berkarya dan penyampaian arus informasi Youtube pun jauh lebih mudah, karena siapapun dengan konten apapun dapat mengupload videonya dan menonton video dengan tema atau berbagai macam informasi mudah didapat dalam platform youtube ini.

Sebagai platform media berbasis video dan bersumber dari internet, tentu saja peminat dalam platform ini banyak disukai oleh beberapa kalangan khususnya pada remaja itu sendiri. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh perusahaan entertainment digital Defy Media, generasi Z dan generasi milenial muda menganggap video digital sebagai bagian penting dalam hidup mereka. Dalam laporan tahunan Defy Media yang berjudul *Youth Media Diet*, terlihat bahwa sebagian besar (65 persen) orang berumur 13 - 24 tahun terus mengonsumsi video sejak awal hari sebelum pergi ke sekolah atau berangkat kerja hingga sore hari. Sekitar 85% responden menyebutkan bahwa YouTube merupakan *platform* utama yang mereka gunakan untuk menonton video. Netflix berada di posisi kedua dengan pangsa 66 persen. TV berada di posisi ketiga dengan pangsa 62 % dan

posisi keempat diduduki oleh Facebook dengan pangsa 53 %.Dan akhir akhir ini situs berita online CNN Indonesia baru baru ini merilis informasi dengan judul “*Aplikasi Youtube jadi aplikasi media yang paling populer di Indonesia*”,hal ini menunjukan bahwa *Youtube* menjadi aplikasi yang paling digemari khalayak. Pengguna internet di Indonesia sangat aktif menggunakan *Youtube*. Data Google Menunjukan bahwa terdapat 50 juta pengguna aktif *Youtube* per bulannya dari dari total 146 juta pengakses internet di Indonesia. Dalam sehari, orang Indonesia bisa mengakses *Youtube* dengan durasi 42,4 menit. Durasi waktu tersebut meningkat 155% pertumbuhan dari waktu menonton di tahun sebelumnya. Sementara, 75% trafiknya berasal dari seluler

Dengan keterangan diatas menunjukan dimana angka peminat yang ada dalam platform youtube ini tergolong cukup banyak dengan didukung pernyataan diatas yang menunjukan bahwa generasi merupakan angka penyumbang besar dalam presentase penikmat dan penonton platform youtube ini.Generasi ini berkembang dalam kategori baby boomers, generasi X (tahun lahir antara 1961-1980), generasi Y (tahun lahir 1990-1995), dan generasi Z (1995-2010). Pengelompokan ini adalah pengelompokan berdasarkan kesamaan rentang tahun lahir, lokasi, serta peristiwa-peristiwa yang memengaruhi secara signifikan kehidupan kelompok tersebut. Artinya generasi adalah kelompok individu yang mengalami peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama. Generasi Z ini lebih suka menghabiskan waktunya untuk bermain dengan peralatan canggih tersebut.Salah satunya adalah menonton tayangan video.Dengan adanya keterangan dan sumber informasi yang mengemukakan bahwa media sosial platform youtube menjadi media no 1 dalam platform berbasis video maka penulis ingin melakukan sebuah penelitian berkaitan dengan youtube tersebut.

Dengan adanya pernyataan diatas bahwa Generasi Z ini lebih cenderung untuk menonton video dalam platform berbasis internet ini ,dalam penanyangan nya maka ada beberapa kategori video yang menjadi kegemaran oleh Generasi Z ini .Dalam bebapa hasil survey yang dilakukan oleh beberapa pihak mengemukakan bahwa Generasi Z yang cenderung menikmati video games juga merupakan seorang gamers sendiri yang menikmati isi konten terkait game .



Gambar 1.1 Data generasi Z tentang kegemaran bermain dan menonton tayangan game

Source: Games.grid.id

Dalam keterangan diatas bahwa 71 % Generasi Z merupakan memiliki kecenderungan dalam menikmati konten Game yang ada dalam platform video berbasis internet tersebut. Hal ini juga didukung dengan beberapa rekor penonton terbanyak dalam streaming turnamen game yang ditayangkan dalam platform youtube ini. Dalam stream tersebut menayangkan pertandingan Fun Match Fortnite pada tahun 2018 tersebut.



Gambar 1. 2 Gambar ilustrasi game (Fortnite)

Source :Games.grid.id

Bukti "kegilaan" *Fortnite* bisa dilihat pada rekor yang baru aja dipecahkannya pada Senin (26/3). 1,1 juta orang menonton siaran langsung YouTube pertandingan *Fortnite* yang disiarkan oleh YouTuber asal Spanyol, ElrubiusOMG. Dia enggak bermain dan menyiarkannya sendiri, Pertandingan ini juga disiarkan oleh 99 YouTuber asal Spanyol lain yang juga ikut berpartisipasi dalam pertandingan tersebut. Seperti yang dilansir *IGN*, Alex Rubens dari pihak YouTube mengonfirmasi jumlah penonton yang mencapai 1,1 juta adalah rekor baru jumlah penonton siaran langsung YouTube terbanyak dalam sebuah pertandingan video game. Pertandingan ini juga ditonton lebih dari 42 juta orang dari total 100 YouTuber partisipan. Seperti yang dilansir *IGN*, Alex Rubens dari pihak YouTube mengonfirmasi jumlah penonton yang mencapai 1,1 juta adalah rekor baru jumlah penonton siaran langsung YouTube terbanyak dalam sebuah pertandingan video game. Pertandingan ini juga ditonton lebih dari 42 juta orang dari total 100 YouTuber partisipan.

Dalam sebuah kesempatan tertentu penulis melakukan penelitian ini dengan berdasar pada penjelasan awal yang sudah dijelaskan dalam penjelasan diatas. Alasan yang kongkrit dari penulis ialah dalam penelitian yang bertemakan survey yang dilakukan di kota lamongan pada kec. Lamongan ini masih tergolong sedikit bahkan jarang dijumpai khususnya penelitian pada survey opini pada sebuah platform youtube khususnya mengenai game. Adapun beberapa penelitian yang memiliki kesamaan dengan tema yang dilakukan oleh penulis namun masih ada beberapa perbedaan fokus yang dilakukan dalam penelitian tersebut.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai Chanel youtube. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Adinda Putri (2018) yang berjudul, Pengaruh Intensitas Mengakses Youtube Channel Gita Savitri Devi Dalam Segmen Beropini Terhadap Perilaku Modelling Followers Remaja. Dalam penelitian ini, lebih berfokus pada opini yang berpedoman pada salah satu channel yaitu pada channel Gita Savitri Devi. Dalam penelitian ini mereka berfokus yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang ditimbulkan dari intensitas mengakses YouTube Channel Gita Savitri Devi dalam segmen beropini terhadap perilaku modelling followers remaja. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian secara kuantitatif dengan pendekatan survey. Adinda Putri (2011) Dalam hasil penelitian yang dilakukan, terdapat korelasi Antara intensitas menonton dengan perilaku modelling dalam channel Gita Savitri ini. Hasil dalam penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan seperti ini yaitu, Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana yang telah dilakukan dalam penelitian ini, yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan sangat kuat, antara pengaruh intensitas mengakses YouTube channel Gita Savitri Devi dalam segmen beropini terhadap perilaku modelling followers remaja.

Yang kedua dalam adapun penelitian terdahulu yang terkait diampuh penulis Ahmad Avin Faza (2020) dengan penelitian yang berjudul, Survey Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yang Menjadi Viewers Channel Gadgetin. Dalam penelitian terdahulu ini memfokuskan penelitian nya pada salah satu channel yang ada di youtube yaitu channel gadget in. Dalam penelitian ini memiliki fokus yaitu ingin mengetahui adanya Pengaruh dan seberapa besar pengaruh video ulasan youtube terhadap minat beli konsumen (Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga). Penelitian tersebut menggunakan bentuk metodologi berupa kuantitatif dengan menggunakan pendekatan dengan survey. Namun dalam penelitian ini lebih memfokuskan kepada tempat tertentu dalam lingkup kampus yang dimana memiliki latar belakang pendidikan yang sama yaitu mahasiswa dan lulusan sekolah menengah atas ataupun yang lain. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis Ahmad Avin Faza (2020) telah menghasilkan data sebagai berikut. Bahwa hubungan antara pengaruh video ulasan Gadgetin dengan minat beli konsumen pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,575. Dimana menurut tabel interpretasi Guilford, interval kuat berada pada rentang 0,5-0,75. Dan yang kedua Pengaruh Video Ulasan Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen signifikan, dibuktikan dengan nilai sig. $0,00 < 0,05$. Artinya yaitu video ulasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Adapun penelitian terdahulu yang terkait diampuh penulis Listiani (2019) yang berjudul, Pengaruh Cyberbullying Di Media Youtube Terhadap Viral Artis Tiktok Bowo Alpenliebe di masyarakat (Survey pada Siswa Kelas X, XI dan XII Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta Barat). Penelitian ini berfokus pada masalah yaitu berupa, Apakah terdapat pengaruh yang menyebabkan masyarakat melakukan cyberbullying di media YouTube terhadap viral artis Tik Tok Bowo Alpenliebe. Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk melakukan penelitian bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh cyberbullying di media Youtube terhadap viral artis Tik-Tok Bowo Alpenliebe. Survey pada Siswa/I kelas

X, XI, XII jurusan Seni Teater SMK Negeri 13 Jakarta. Dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey ini telah menghasilkan data sebagai berikut yaitu Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak responden yang menggunakan media sosial Youtube, hal ini terbukti dari 52 responden dengan presentase 100.0% yang menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Kebanyakan responden sangat setuju jika cyberbullying tidak memandang status sosial, hal ini terbukti dari 34 responden dengan presentase 100.0% yang menyatakan sangat setuju pada pernyataan tersebut. Responden sangat setuju bahwa remaja adalah pelaku cyberbullying terhadap Bowo Alpenliebe, hal ini dibuktikan dari 32 responden dengan presentasi 71.1% yang menyatakan sangat setuju pada pernyataan itu. Responden cukup setuju bahwa mereka pernah melakukan cyberbullying di media Youtube, hal ini dibuktikan dari 41 responden dengan presentasi 100.0% yang menyatakan cukup setuju pada pernyataan itu.

Penelitian terdahulu yang selanjutnya ialah penelitian yang memiliki pendekatan dengan cara survey kuantitatif yang diampuh oleh Suci Robiatus Sholehah (2018) yang berjudul, Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Penggunaan Youtube Channel, (Survey Terhadap Fanpage Gitasfreunde Official) Tentang Kehidupan Minoritas Muslim Di Jerman. Dalam penelitian tersebut penulis/peneliti ingin melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui kekuatan hubungan antara motif dan kepuasan audience YouTube Channel Gitasav dan tingkat kepuasan yang didapat fanbase gitafreunde. Dalam penelitian terdapat beberapa hasil yang dijadikan sebagai kesimpulan atau hasil akhir dalam penelitian tersebut yaitu hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang signifikan antara motif dan kepuasan sebesar 0,632. Hasil korelasi tersebut menunjukkan bahwa motif dan kepuasan memiliki hubungan yang kuat, signifikan, dan searah. Sedangkan tingkat kepuasan responden terhadap YouTube Channel Gitasav adalah sedang dengan presentase 67,6 %.

Meskipun sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai survey mengenai tentang youtube, akan tetapi penelitian dan hasil yang didapatkan relative sama. Adinda Putri (2011) dan Ahmad Avin Faza (2020) sama-sama meneliti mengenai pengaruh tentang tayangan youtube dengan perilaku dan tindakan oleh viewers yang menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh tayangan dalam channel Gita Savitri dan Gadget in yang mempengaruhi berupa perilaku modelling dan juga daya beli terhadap suatu barang gadget. Adapun penelitian yang dilakukan Listiani (2019) yang menghasilkan antara pengaruh cyber bullying di youtube berpengaruh terhadap artis tiktok Bowo Alpenliebe, dimana hasil yang didapat ialah sebanyak 41 responden dengan presentase 100% pernah melakukan cyber bullying dalam platform youtube. Sedangkan Suci Robiatas Sholehah (2018) melakukan penelitian untuk mengetahui kekuatan hubungan antara motif dan kepuasan audience YouTube Channel Gitasav dan tingkat kepuasan yang didapat fanbase gitafreunde. Untuk hasil yang didapat bahwa Hasil korelasi tersebut menunjukkan bahwa motif dan kepuasan memiliki hubungan yang kuat, signifikan, dan searah. Sedangkan tingkat kepuasan responden terhadap YouTube Channel Gitasav adalah sedang dengan presentase 67,6 %.

Penelitian terkait survey terhadap youtube sebelumnya berfokus pada konteks pengaruh tayangan dan juga dampak perilaku yang ditimbulkan. Masih sangat jarang ditemukan penelitian yang mengambil konteks Opini mengenai tayangan yang ada dalam youtube khususnya game. Pada saat ini youtube menjadi platform favorit dengan perolehan dari 85% responden menyebutkan bahwa YouTube merupakan *platform* utama yang mereka gunakan untuk menonton video Berdasarkan survei yang dilakukan oleh perusahaan entertainment digital Defy Media. Terlebih lagi angka pengakses Internet yang didominasi oleh kaum Generasi Z dengan perolehan survey yang diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang telah memberikan statement sebagai berikut "Dari segmen umur, ternyata dari usia 15-19 tahun mempunyai

penetrasi paling tinggi (mencapai 91%) dalam mengakses internet. Dalam rekor yang ada juga Tayangan Game menjadi tayangan pencetak rekor liver terbanyak dalam youtube dalam tahun 2018 dengan total penonton sebesar 42 juta dengan 100 restream yang dilakukan oleh 100 partisipan youtuber fortnite pada kala itu. Terlebih lagi dalam sebuah data yang dikemukakan *Gamesgrid.id* menunjukkan bahwa 71 % Generasi Z merupakan memiliki kecenderungan dalam menikmati konten Game yang ada dalam platform video berbasis internet.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas menunjukkan bahwa fenomena mengenai tayangan game pada platform media berbasis internet khususnya youtube yang menjadi favorit bagi generasi Z dalam menonton tayangan video berbasis internet. Maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih mendalam mengenai “Opini Generasi Z Tentang Tayangan Game Dalam Platform Youtube”. Dimana penelitian ini untuk mengetahui opini dari generasi Z meliputi Channel, Tema konten, Kegemaran konten, fitur, Kebiasaan generasi Z dan effect yang ada dalam tayangan platform youtube dalam lingkup Game maupun diluar output game pada saat ini. Dalam penelitian ini penulis memilih Generai Z usia 15-19 tahun yang berada di lingkup kec. Lamongan agar jangkauan penelitian tidak terlalu luas. Dalam penelitian ini mengambil tempat di Lamongan dikarenakan antusias yang cukup banyak mengenai game dan tayangan game, ditunjukan dari aktifitas turnamen yang diadakan oleh ESI menuai antusias yang cukup tinggi dimana dalam 3 bulan terakhir telah diadakan turnamen resmi sebanyak 2 kali. Dengan partisipan sebanyak 128 tim sekitar 576 player/peserta setiap diadakan turnamen tersebut. Turnamen tersebut meliputi Mobile legend, PUBG dan Free fire.

Letak penting dalam penelitian ini dalam melakukan sebuah penelitian adalah untuk mengetahui Opini Generasi Z Tentang Tayangan Game Dalam Platform Youtube di Kec. Lamogan (Survey Opini Publik Gen Z usia 15-19 Tahun) dimana

saat ini youtube menjadi tayangan game dalam platform youtube menjadi kegemaran generasi Z dalam menonton tayangan video berbasis internet.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam rumusan masalah kali ini penulis memfokuskan beberapa rumusan menjadi lebih terfokus agar dapat terarah pada tujuan suatu penelitian berikut. Rumusan masalah yang dirumuskan oleh penulis ialah ingin mengetahui Bagaimana Opini Generasi Z usia 15 -19 tahun Tentang Tayangan Game Dalam Platform Youtube di Kec.Lamogan.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penemuan baru. Sebagai pembuktian atau pengujian tentang kebenaran dari pengetahuan yang sudah ada untuk mengetahui opini generasi Z usia 15-19 Tahun di kec.lamongan mengenai seputar tayangan game yang ada di Youtube, mengenai apa saja tentang kategori kategori tayangan yang ada di youtube meliputi Channel,Tema konten,Kegemaran konten,fitur ,Kebiasaan generasi Z dan effect yang ada dalam tayangan platform youtube dalam lingkup Game maupun diluar output game.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun Adapun manfaat dari penelitian ini adalah manfaat secara teoritis dan secara praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan kajian Ilmu Komunikasi. Diharapkan juga dapat menjadi referensi dan perbandingan bagi penelitian dengan menggunakan objek yang sama, khususnya yang berkaitan dengan “Opini Generasi Z Tentang Tayangan Game Dalam Platform Youtube di Kec.Lamogan (Survey Opini Publik Gen Z usia 15-19 Tahun)

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan memberikan manfaat bagi pembaca ,sehingga mampu menjadi pembelajaran dan sebagai acuan dalam berbagai hal khususnya kesan dalam menonton atau penikmat tontonan berbasis video digital yang berada dalam platform youtube.Khususnya bagi penikmat tayangan tontonan dalam platform youtube yang memiliki kegemaran terhadap genre gaming