

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi memiliki peran penting dalam membantu individu membuat pilihan yang tepat dan mencegah kekeliruan yang berpotensi menyebabkan penyesalan. Sekarang ini, beragam jenis informasi bisa diakses melalui aneka ragam platform, termasuk media cetak dan digital. Peran media menjadi krusial dalam proses pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang didapat. Media online khususnya, menjadi kanal yang luas dan beragam, memungkinkan penyebaran pesan yang cepat dan akurat kepada berbagai lapisan masyarakat. Umumnya, media masa kini telah bertransformasi akibat pengaruh teknologi, membuat informasi yang disampaikan menjadi lebih mendalam dan informatif.

Indonesia mengalami era modernisasi yang cepat, khususnya dalam teknologi komunikasi. Kehadiran internet telah merubah cara individu berinteraksi dan bertukar informasi. Menurut McQuail dalam "Teori Komunikasi Massa", internet adalah bagian dari media baru yang kritis, yang memiliki keunggulan dalam pengkodean, penyimpanan, modifikasi, dan penerimaan pesan, menjadikannya alat informasi yang sangat penting.

Dalam bukunya, Deddy Mulyana (2010) mengartikan *new media* sebagai inovasi dari media tradisional yang diintegrasikan dengan elemen digital, dengan kata "baru" menunjuk pada peralatan komunikasi terkini. Keistimewaan *new media* terletak pada kapasitasnya untuk menyampaikan informasi secara langsung, memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan segera dan akurat di mana pun mereka berada, asalkan terhubung dengan internet.

YouTube, yang didirikan oleh Jawed Karim, Chad Hurley, dan Steven Chen pada Februari 2005, adalah sebuah platform bagi individu untuk membagikan video secara online. Situs ini memungkinkan pengguna untuk memiliki profil pribadi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi

dengan pengguna lain yang juga membagikan konten video. YouTube berperan sebagai platform penyebaran informasi yang dapat menjangkau audiens yang sangat luas. Fungsinya dalam media sosial sangat krusial, karena YouTube tidak hanya sebagai alat hiburan, tetapi juga sebagai sarana informasi, persuasi, dan pembentuk solidaritas komunal, sebagaimana diuraikan oleh Nasrullah (2016).

YouTube, yang menduduki peringkat kedua sebagai media internet paling populer setelah Facebook, memiliki 2,51 miliar pengguna yang tersebar di seluruh dunia. Platform ini menawarkan perspektif yang beragam, mendapat tanggapan baik positif maupun negatif dari penggunanya. Sebagai media massa modern, YouTube memberikan dampak yang banyak untuk para penggunanya, YouTube banyak digunakan oleh masyarakat untuk hiburan atau mencari informasi yang diinginkan. Selain itu, YouTube saat ini juga dapat di jadikan sebagai peluang kerja bagi konten kreator dengan mengunggah video kreatif yang dapat menghasilkan pundi - pundi Dollar dalam bentuk *Adsense* yang nanti nya dapat di konversi ke mata uang Rupiah yang dapat di jadikan sebagai sumber pendapatan bagi para pengguna nya.

Dalam penelitian ini subyek penelitian utamanya adalah akun media sosial YouTube yaitu Andriawan Pratikto, salah satu vlogger transportasi umum terpopuler di Indonesia. Akun YouTube yang memiliki sekitar 1,13 jt *subscriber* kini menjadi sorotan kolom trending YouTube Indonesia khususnya penikmat dan penggemar *moda* transportasi umum, sebab konten yang menginspirasi penonton dalam menentukan pilihan beraktifitas menggunakan transportasi umum melalui konten YouTube. Objek penelitian ini adalah pengikut atau *viewer* Andriawan Pratikto dengan harapan bahwa merekalah yang paling banyak menonton update mengenai keberagaman *moda* transportasi umum terkini pada channel tersebut.



Gambar 1.1

Media Sosial dengan Pengguna aktif Terbanyak (Januari 2023)

Sumber: Databoks (2023)



Gambar 2. 7 Youtuber Transportasi

Sumber : <https://andarabus.com/7-youtuber-asli-indonesia-yang-mengangkat-tema-bus-untuk-kontennya/>



Gambar 3. Social Blade

Sumber: <https://socialblade.com/youtube/channel/UCTseO41fPvWcBlOj0x2iDPA>

Berdasarkan hasilnya, pengguna di Indonesia cenderung menyukai channel YouTube yang memiliki peringkat tertentu, urutan pertama terdapat channel Youtube Ria Ricis yang selalu mengupload konten tentang kesehariannya dan channel Youtube Atta Halilintar yang sama-sama memiliki konten tentang *daily life*, kini keduanya mencapai peringkat puncak pada kolom trending Youtube dengan *subscriber* terbanyak di Indonesia. Namun topik konten yang diangkat oleh Andriawan Pratikto yakni *review* berbagai macam pilihan *moda* transportasi umum baik dalam kota maupun antar provinsi yang informasi terbarunya sangat ditunggu oleh para pengikutnya.

Tujuan dari konten ini adalah untuk mengedukasi tentang *moda* transportasi umum yang belum begitu efektif penyampaiannya ke masyarakat. Sedangkan salah satu isu terbesar saat ini adalah kemacetan, polusi udara dan penumpukan kendaraan. Dengan adanya platform media sosial Youtube ini para influencer seperti Andriawan Pratikto ini dapat membantu pemahaman tentang sisi positif, ekonomis dan praktis dalam penggunaan *moda* transportasi umum untuk beraktifitas.

YouTube saat ini banyak sekali menyajikan konten rekomendasi berbagai pilihan *moda* transportasi. Salah satu video yang banyak dilihat dan

dibagikan adalah video yang mengikuti perjalanan seorang YouTuber atau seseorang yang membuat konten YouTube. Dalam menggunakan suatu *moda* transportasi, seorang youtuber dapat melakukan *review* atau ulasan mengenai perihal kendaraan yang di naikinya. *Review* yang dilakukan secara rinci tentang bagian dalam (*Interior*), bagian luar (*Eksterior*), pelayanan servis makan, dan keramahan crew saat bertugas. Saat menumpangi kendaraan yang sedang di *review*, tak jarang para YouTuber menunjukkan beberapa kekurangan yang dirasakan. Maka saat itu juga para *influencer* tersebut mengomentari atau mengkritisi sekaligus memberikan sebuah saran bagi pemilik kendaraan.

Teori Uses and Gratifications yang diperkenalkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 menekankan pada peran aktif audiens dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Teori ini digunakan untuk meneliti bagaimana orang menggunakan media untuk gratifikasi tertentu (Nugroho, 2021). Masyarakat secara aktif menyeleksi media yang akan dikonsumsi upaya memenuhi kebutuhannya, karena hal ini sangat tergantung dari ketersediaan atau tidaknya informasi yang disajikan oleh media dan kemudahan dari mengakses media tersebut. Media yang dipilih oleh khalayak, dalam hal ini adalah YouTube pada channel Andriawan Pratikto.

Penelitian ini menggunakan dua referensi penelitian terdahulu yang memiliki permasalahan sejenis untuk dilakukan penelitian. Penelitian pertama ditulis oleh Rennisa Ardine pada tahun 2016 berjudul "Penggunaan Youtube dan Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Channel Dara Nitya" menemukan hubungan yang signifikan antara penggunaan YouTube dan pemenuhan kebutuhan informasi. Penelitian ini menemukan bahwa YouTube channel Dara Nitya berhasil memenuhi kebutuhan informasi para subscribers tentang tutorial make up, dengan korelasi sebesar 0,833 pada tingkat signifikansi 0,05 dan korelasi sebesar 0,341 untuk kebutuhan terkait teknologi.

Penelitian kedua oleh Muhammad Wahyu Adiyanto & Catur Nugroho tahun 2021 tentang "Pengaruh Terpaan Tayangan Review Otomotif di YouTube Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Otomotif" pada

subscribers Autonetmagz, menunjukkan bahwa terpaan tayangan tersebut memiliki pengaruh positif, dengan persentase skor total 75.2% berdasarkan frekuensi, durasi, dan perhatian. Penelitian ini juga menemukan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi otomotif subscribers Autonetmagz berada dalam kategori baik, dengan skor total 75.6% melalui sub variabel seperti kebutuhan saat ini, kebutuhan sehari-hari, kebutuhan menyeluruh, dan kebutuhan untuk mengikuti perkembangan terkini.

Berdasarkan hal tersebut penelitian akan dilakukan kepada para *subscriber* YouTube Andriawan Pratikto yang memiliki rutinitas dalam menonton konten YouTube untuk mencari informasi. Penelitian dilakukan peneliti guna mengukur pengaruh penggunaan channel YouTube Andriawan Pratikto terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *subscriber*-nya.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.1.1** Apakah ada pengaruh penggunaan channel YouTube Andriawan Pratikto terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *moda* transportasi umum pada *subscribers*?
- 1.1.2** Seberapa besar pengaruh penggunaan channel Youtube Andriawan Pratikto terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *moda* transportasi umum pada *subscribers*?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1** Untuk mengetahui pengaruh penggunaan channel YouTube Andriawan Pratikto terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *moda* transportasi umum pada *subscribers*.
- 1.3.2** Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan channel YouTube Andriawan Pratikto terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *moda* transportasi umum pada *subscribers*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam mengembangkan penelitian ilmu komunikasi, khususnya penelitian kuantitatif yang terfokus pada pengaruh konten YouTube terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *subscriber* (penonton).

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini untuk memperdalam pengetahuan bagi para pembaca dalam bidang *new media* khususnya YouTube sebagai sarana komunikasi yang dapat mempengaruhi penonton untuk mendapatkan kebutuhan informasi moda transportasi umum secara aman dan jelas.