

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini dunia khususnya Indonesia berada pada zaman modern dengan ditandai pesatnya perkembangan teknologi. Begitu juga dengan teknologi komunikasi yang kini terlihat bahwa pengguna teknologi komunikasi semakin berkembang dengan adanya perubahan yang telah diciptakan bagi komunikasi manusia. Selain itu, perubahan yang terjadi adalah perubahan perilaku manusia dengan adanya *New Media*.

Teori behaviorisme sebagai *Grand Theory* menurut (Rakhmat, 2019) bahwa behaviorisme hendak menganalisis perilaku yang dapat diukur, dilukis dan diramalkan saja. Behaviorisme hanya berkeinginan untuk mengetahui bagaimana perilaku dapat dikendalikan oleh faktor-faktor lingkungan di mana manusia tidak memberikan respon terhadap stimulus secara otomatis, manusia sebagai organisme yang aktif dalam menafsirkan bahkan mendistorsi lingkungan.

Teori S-O-R sebagai *Middle Theory* menurut Hovland mengatakan bahwa Asumsi dasar dari model ini adalah media massa mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung kepada komunikan. Model tersebut menggambarkan bahwa didalam komunikasi terdapat proses aksi – reaksi yang berarti berasumsi pada kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol tertentu yang dapat mempengaruhi untuk merespon objek tersebut.

Teori Pembelajaran sebagai *Applied Theory* Menurut Albert Bandura mengatakan bahwa individu melakukan proses peniruan dengan melakukan pengamatan pada suatu objek tanpa melakukan pengalaman langsung, ketika individu melakukan respon berupa suatu tindakan maka proses mengingat yang dapat menjadi penguat dalam pembentukan sikap atau perilaku tersebut.

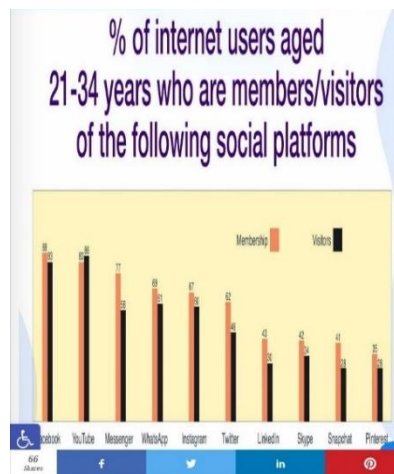
Dalam hal ini manusia akan melakukan proses meniru ketika memberikan pengamatan pada suatu objek yang ada di dalam *New Media*, di mana manusia hanya melakukan pengamatan dan proses mengingat akan dapat merubah sikap atau perilaku. *New media* menurut Deddy Mulyana (2008)

Secara sederhana *new media* berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima

(Puspita, 2015). *New media* merupakan suatu bentuk perpaduan antara media tradisional dan media digital. Keunggulan media baru terletak pada sifatnya yang *real-time*, di mana selama orang terhubung dengan peralatan komputer dan jaringan internet, mereka dapat dengan cepat mengakses informasi dan layanan kapan saja dan di mana saja.

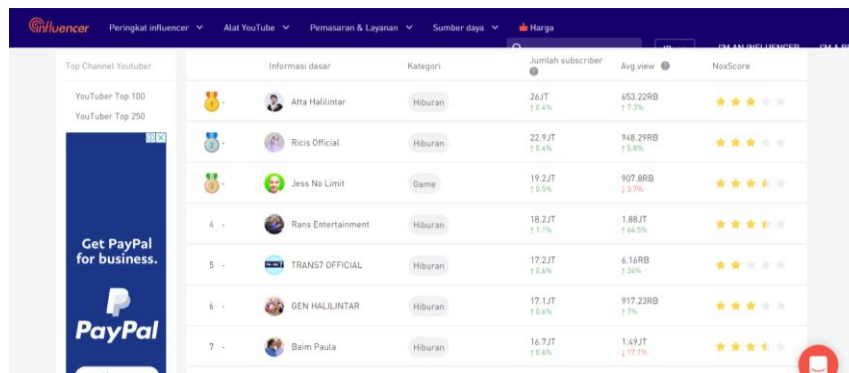
Jika kita melihat keunggulan media baru, keberadaan media baru saat ini memiliki sisi positif dan negatif. Pada sisi positif media baru dapat dimanfaatkan masyarakat sebagai alat komunikasi dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Namun, media baru juga memiliki sisi negatif yaitu dengan media baru, masyarakat akan mengalami ketergantungan seperti dalam penggunaan *smartphone*. Salah satu media baru yaitu YouTube.

YouTube didirikan oleh Chad Hurley, Steven Chen dan Jawed Karem di tahun 2005 yang merupakan situs web berbagi video populer di mana tempat pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video. Media sosial YouTube saat ini menjadi aplikasi populer nomer 2 dengan 88.034.521 ulasan dan rating 12+. Banyak masyarakat yang menggunakan sosial media YouTube dengan tujuan sebagai hiburan atau mencari informasi sesuai keinginan penonton. Selain itu, YouTube saat ini dapat dijadikan sebagai peluang kerja bagi konten kreator dengan mengunggah video kreatif.



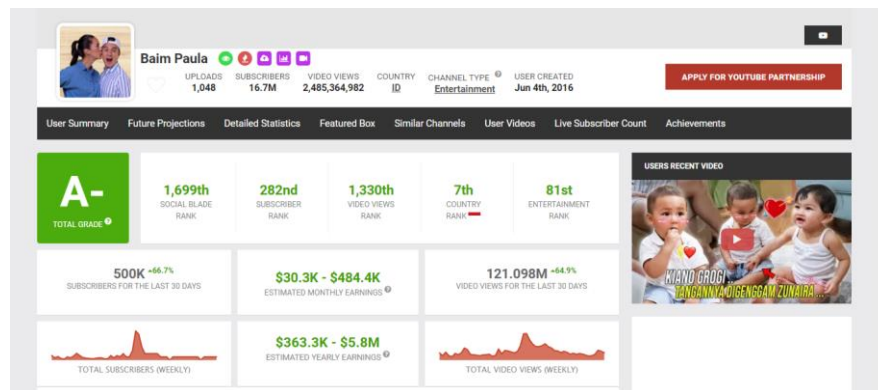
Gambar 1. Top 15 Most Popular Social Media Networks

Sumber : <https://www.appypie.com/top-most-popular-social-media-sites> diakses 16 November 2020



| Rank | Channel Name       | Kategori | Jumlah subscriber | Avg view | NextScore |
|------|--------------------|----------|-------------------|----------|-----------|
| 1    | Atta Halilintar    | Hiburan  | 26JT              | 653.22RB | ★★★★★     |
| 2    | Ricis Official     | Hiburan  | 22.9JT            | 948.29RB | ★★★★★     |
| 3    | Jess No Limit      | Game     | 19.2JT            | 907.8RB  | ★★★★★     |
| 4    | Rans Entertainment | Hiburan  | 18.2JT            | 1.88JT   | ★★★★★     |
| 5    | TRANS7 OFFICIAL    | Hiburan  | 17.2JT            | 6.16RB   | ★★★★★     |
| 6    | GEN HALILINTAR     | Hiburan  | 17.1JT            | 917.23RB | ★★★★★     |
| 7    | Baim Paula         | Hiburan  | 16.7JT            | 1.49JT   | ★★★★★     |

Gambar 2. Top 250 YouTube Channels By Most Subscribers Indonesia  
 Sumber : <https://id.noxinfluencer.com/YouTube-channel-rank/top-250-id-all-YouTuber-sorted-by-subs-weekly> diakses 16 November 2020



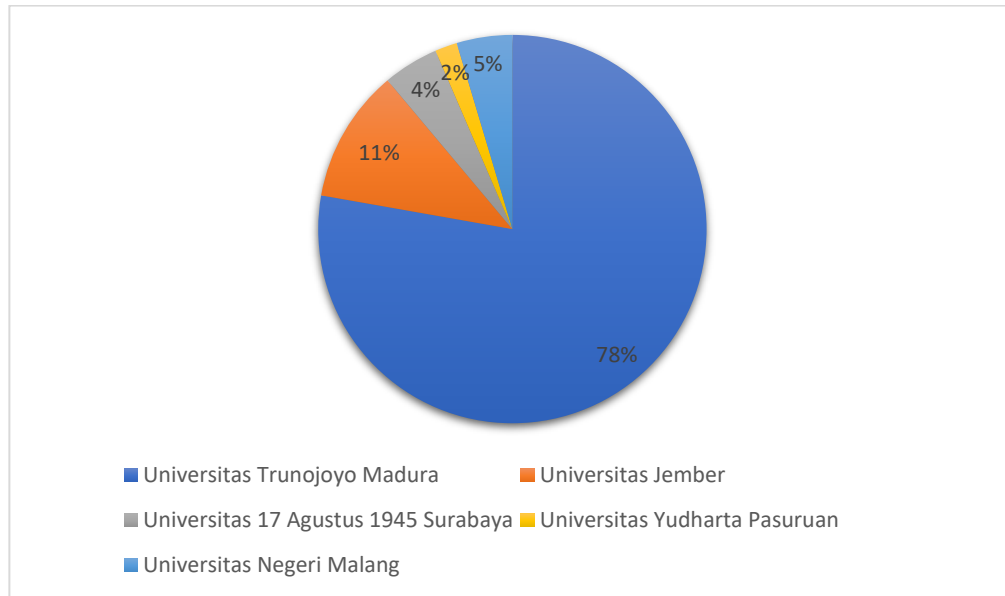
Gambar 3. Social Blade  
<https://socialblade.com/YouTube/top/country/us> diakses 16 November 2020

Berdasarkan hasil tersebut, penonton gemar menonton tayangan YouTube yang bersifat menghibur seperti channel YouTube Atta Halilintar yang menduduki peringkat ke-1 dan Channel YouTube Ricis Official yang menduduki peringkat ke-2 pada Top 250 YouTube Channels By Most Subscriber Indonesia. Namun, peneliti mengambil tema Konten *social experiment* yang juga saat ini menjadi salah satu dari Top 250 YouTube Channels By Most Subscriber Indonesia. Konten *social experiment* memiliki tujuan yang didasari oleh rasa ingin tahu konten kreator mengenai reaksi masyarakat terhadap suatu hal. Dalam dunia YouTube saat ini banyak sekali menyajikan konten *social experiment* namun terdapat pro dan kontra oleh para penonton dengan dalih bahwa konten *social experiment* yang disajikan hanya drama semata atau dapat dikatakan sebagai sebatas konten untuk meningkatkan jumlah viewers. Namun, tidak sedikit pula para penonton merasa bahwa konten tersebut dapat meningkatkan rasa empati kepada sesama manusia.

Selain YouTube Baim Paula, terdapat *channel* YouTube yang juga melakukan *social experiment* yaitu RIAN TV. Target yang dilakukan lebih terfokus pada Orang Dalam Gangguan Jiwa (ODGJ) dalam kontennya Ia memiliki tujuan untuk mengumpulkan orang gangguan jiwa dalam sebuah panti di Bandung. Berbeda dengan YouTube Baim Paula yang tidak memiliki target khusus dalam melakukan *social experiment*, melainkan masyarakat umum yang memiliki tingkat ekonomi menengah ke bawah dan bertujuan untuk membantu sesama yang membutuhkan. Berawal dari kebiasaan dalam menjahili seseorang, Baim mulai melakukan *social experiment* untuk melihat respon masyarakat terhadap orang yang membutuhkan dengan penyajian konsep berbeda yaitu berbagi kepada sesama dalam penyamaran sebagai ojek *online*, satpam, atau tukang sapu jalanan guna mendekati target dan melihat kepedulian masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah terhadap sesama yang diperankan oleh Baim. Beberapa respon target yang didapatkan melalui penyamaran tersebut merupakan bahwa target dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah masih memiliki rasa kepedulian terhadap sesama. Namun, tidak sedikit pula target menolak untuk membantu dikarenakan ekonominya yang rendah atau acuh terhadap orang yang membutuhkan. Akun YouTube yang memiliki sekitar 16,7 juta *subscriber* kini menjadi sorotan YouTube Indonesia, dikarenakan adanya konten yang menginspirasi penonton dalam meningkatkan sikap empati melalui konten YouTube. Berdasarkan berita *online* suara.com tanggal 23 April 2019 mengatakan bahwa terdapat 65% seseorang kehilangan rasa empati.

Hal tersebut yang menjadikan penelitian akan dilakukan kepada para penonton YouTube Baim Paula khususnya remaja yang memiliki aktivitas dalam menonton konten YouTube untuk mengisi waktu luang. Fenomena tersebut muncul pada kalangan mahasiswa khususnya Universitas Trunojoyo Madura. Berdasarkan survei awal di mana peneliti menyebarkan kuesioner kepada seluruh mahasiswa di Jawa Timur pada tanggal 28 Januari 2021, kuesioner tersebut bertujuan untuk melihat konten YouTube yang ditonton oleh mahasiswa. Hasil yang didapatkan adalah banyak mahasiswa Jawa Timur memberikan jawaban, namun peneliti hanya mengambil 5 diantara Universitas di Jawa Timur yang mendapatkan persentase lebih dari 1% dan didapati hasil bahwa mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura mayoritas menonton konten *social experiment* YouTube Baim Paula dengan persentase 78% dan mahasiswa Ilmu Komunikasi mendapat persentase 30% menonton konten *social experiment* Baim Paula dibandingkan program studi yang lainnya di

Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian dilakukan peneliti guna mengukur pengaruh konten YouTube terhadap sikap empati *viewers* khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, sehingga penelitian menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh konten YouTube *Social experiment* Baim Paula terhadap sikap empati mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura?
2. Seberapa besar pengaruh konten YouTube *Social experiment* Baim Paula terhadap sikap empati mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh konten YouTube Baim Paula terhadap sikap empati mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh konten YouTube baim Paula terhadap sikap empati mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam mengembangkan penelitian dibidang ilmu komunikasi, dalam hal ini penelitian yang berfokus pada metode penelitian kuantitatif dan membahas terkait konten YouTube.

### **1.4.2 Secara Praktis**

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi bagi konten kreator untuk dapat menyajikan konten bukan sebagai kepentingan individu melainkan sebagai kepentingan umum. Dalam hal ini, konten kreator dapat lebih memikirkan efek yang akan ditimbulkan dari setiap konten yang disajikan kepada penontonnya.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan mahasiswa dan juga pengguna media sosial bahwa YouTube dapat memberikan efek positif maupun negatif bergantung pada bagaimana penonton mengetahui isi konten tersebut.