

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menjalani kehidupannya, seringkali manusia tidak lepas dari berbagai gemparan informasi baik itu hal negatif maupun positif yang dapat mempengaruhi aktivitasnya. Seolah-olah tak terhindarkan, manusia mau tidak mau harus menerimanya dengan menyaring informasi yang ada dan beradaptasi dengan baik. Salah satu sumber informasi yang dapat dengan mudah memberikan pengaruh bagi kehidupan manusia saat ini adalah media sosial, seperti Youtube.

Youtube merupakan salah satu bentuk transformasi media komunikasi digital yang sangat populer bagi pengguna di seluruh dunia, karena selain menyediakan informasi pengguna juga dapat menarik keuntungan materi dengan menjadi pencipta video melalui media ini. Mengutip goodnewsfromIndonesia.id per Februari tahun 2021, di Indonesia sendiri diketahui sebanyak 93,8% dari 170 juta jumlah penduduknya merupakan pengguna Youtube. Jumlah tersebut tidak mengherankan, karena sejalan dengan hal itu dalam *We Are Social* 2021 yang dikutip serta oleh Kompas.com pada 24 Februari 2021 melaporkan, ternyata rata-rata total waktu yang disisihkan oleh pengguna media sosial di Indonesia untuk mengakses Youtube adalah sebanyak 25,9 jam per bulan nya.

Popularitas media sosial saat ini tidak dapat diragukan lagi. Sejalan dengan hal itu, kesadaran akan dampak dari media sangat diperlukan. Apabila konten dari media tersebut membawa nilai positif, maka dapat dijadikan sebagai media belajar bagi penggunanya. Begitupun sebaliknya, apabila konten tersebut membawa nilai negatif maka kemungkinan besar dapat mempengaruhi pengguna dengan berbagai pikiran ataupun perilaku yang menyimpang.

John Watson dalam teorinya, yakni Teori Behaviorisme berpendapat bahwa keberadaan stimulus amat penting untuk menghasilkan respon. Menurut Rakhmat (2018:26), hanya dengan mengamati dan mengukur segala perilaku manusia dari luar/yang nampak merupakan poin penting dari pendekatan ini. Selain itu, para ahli seringkali menyebut pendekatan ini sebagai Teori Belajar, karena menurutnya segala bentuk perubahan tingkah laku manusia berasal dari kegiatan belajar. Belajar dalam hal ini dimaknai sebagai perilaku yang dihasilkan oleh manusia akibat dari pengaruh lingkungannya. Sehingga, Teori Behaviorisme berfokus pada pengamatan ataupun

pengukuran perubahan tingkah laku manusia yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.

Hovland et al (1953) dalam teorinya yang disebut Teori S-O-R atau singkatan dari *Stimulus Organism-Response* mengungkapkan, bahwa organisme dalam hal ini manusia dapat memiliki perilaku tertentu apabila ia menerima stimulus tertentu pula. Stimulus ini dipahami sebagai pesan yang mampu memberikan dampak lebih kepada penerimanya. Sehingga, nantinya reaksi yang ditimbulkan dapat diharapkan dan diperkirakan kesesuaiannya oleh individu tersebut (dalam Effendy,2003). Lebih lanjut, Teori perubahan sikap dan perilaku ini memiliki tiga unsur penting, diantaranya adalah perhatian, pengertian, dan penerimaan. Oleh karenanya, yang menjadi perhatian lebih dari Teori S-O-R ini adalah stimulus yang disampaikan mampu menumbuhkan motivasi hingga gairah kepada komunikan untuk dapat menerimanya dengan baik serta menimbulkan perubahan sikap ataupun perilaku.

Segala informasi yang ditampilkan oleh media sosial juga mampu memberikan terpaan kepada komunikannya. Menurut Rosengren (dalam Rakhmat,2009 dalam Jurnal Primadini dan Marthanatasha,2019), terpaan yang berasal dari media ini dapat diukur dari tiga dimensi, diantaranya adalah seberapa sering komunikan mengkonsumsi/menggunakan media sosial, yakni dimensi frekuensi. Kemudian dimensi durasi atau seberapa lama komunikan mengkonsumsi/menggunakan media sosial, dan dimensi atensi yang berarti seberapa besar perhatian yang diberikan komunikan dalam mengkonsumsi media.

Saat ini, telah banyak kita jumpai konten menarik yang tersebar di berbagai media sosial. Keberagaman konten tersebut tentunya memiliki fokus pesan masing-masing dan juga pengaruh tersendiri bagi para pengguna. Dengan ini, pengguna diharapkan dapat lebih bijak dalam menerima atau menyerap informasi yang dihasilkan dari konten-konten yang disajikan oleh media sosial, khususnya Youtube agar apa yang dilihat dapat membawa nilai positif bagi pengguna nya. Salah satu jenis konten yang dapat membawa nilai positif bagi pengguna ialah konten motivasi.

Konten motivasi dapat dipahami sebagai konten yang banyak membagikan informasi terkait pengembangan diri, dapat pula gambaran pengalaman kehidupan seseorang mengenai tantangan maupun pencapaian, solusi penyelesaian suatu masalah kehidupan, serta pembahasan seputar kehidupan lainnya yang dapat menumbuhkan gairah berpikir dan berperilaku positif. Disamping itu, menurut Jauhary (2019:1), motivasi sendiri diartikan sebagai suatu hal yang dapat menimbulkan gerakan atau

dorongan dari dalam diri seseorang sehingga menimbulkan sebuah perilaku. Kemudian, dalam (Victor H. Vroom dalam Dayana,2020:9) motivasi merupakan suatu akibat yang ingin diraih oleh seseorang dari perilaku yang diharapkan dapat membawa/mengarah pada hasil yang ingin dicapai. Dengan begitu, konten motivasi adalah sebuah konten yang bertujuan untuk dapat memberikan inspirasi atau rangsangan untuk melakukan sebuah tindakan/berpikir positif bagi penontonnya.

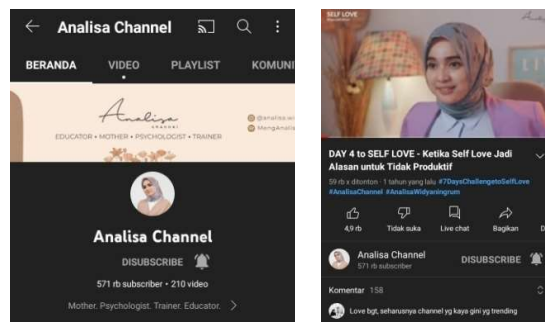
Pada dasarnya, konten motivasi hadir dengan harapan untuk memberikan dukungan moral atau perasaan positif bagi mereka yang sedang memiliki masalah ataupun sekadar untuk pengingat positif dalam kehidupan. Jelasnya, konten motivasi sangat erat dengan pembelajaran terkait kehidupan yang bertujuan untuk memberikan pandangan baru, membantu menghadirkan solusi atas sebuah masalah, ataupun sekadar berbagi tips menarik yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Tidak menutup kemungkinan bahwa dengan adanya konten motivasi ini nantinya dapat memberikan kemudahan saran bagi para penonton dari berbagai sudut pandang terkait persoalan hidup yang sedang dihadapi sehingga dapat membantu dan atau secara tidak langsung mengarahkan mereka terhadap perilaku yang positif atau sesuai dengan solusi yang diharapkan. Oleh karenanya, setiap orang perlu diberikan/membutuhkan motivasi agar ia dapat menjalani kehidupannya dengan lebih baik.

Pada data awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, diketahui bahwa 100% mahasiswa adalah pengguna Media Sosial Youtube. Sebanyak 45% mahasiswa menyukai konten motivasi di Youtube, sebanyak 70% mahasiswa menyatakan bahwa saat ini mereka juga memiliki masalah yang berkaitan dengan pengembangan diri dan sebanyak 50% mahasiswa mengaku bahwa salah satu masalah pengembangan diri yang hingga saat ini sulit untuk dikendalikan ialah terkait dengan rasa malas. Oleh karenanya, sebanyak 90% mahasiswa menyetujui bahwa masalah terkait dengan pengembangan diri itu penting untuk diperbaiki/dicarikan solusinya. Sejalan dengan hal itu, sebanyak 60% mahasiswa pun mengakui bahwa dengan mencari/menonton konten motivasi di Youtube adalah salah satu upaya yang mereka lakukan untuk memperbaiki/mencari solusi atas permasalahan terkait pengembangan dirinya. Setelah menonton berbagai konten motivasi yang disajikan di Media Sosial Youtube, sebanyak 100% mahasiswa mengaku lebih termotivasi atas pesan positif yang disampaikan karena berkaitan dengan realitas kehidupannya.

Salah satu konten motivasi yang menarik untuk dijadikan sebagai rujukan dalam proses pengembangan diri adalah konten motivasi channel Youtube milik Analisa Widyaningrum. Channel Youtube yang tayang perdana pada tanggal 6 Juni tahun 2017 ini sudah memiliki 576.000 subscriber/pengikut dengan jumlah video yang sudah ditayangkan sebanyak 216 video per Maret tahun 2022.

Analisa Widyaningrum merupakan seorang Psikolog muda sekaligus *trainer* yang banyak membagikan konten edukasi terkait pengembangan diri yang seringkali berkaitan dengan permasalahan kehidupan sehari-hari. Analisa telah mendirikan sekolah kepribadian yang bernama *Analisa Personality Development Center* (APDC Indonesia) Pusat layanan psikologi ini berfokus pada pelayanan pengembangan diri dan kesehatan mental individu. Dengan menggunakan pendekatan Psikologi positif, Analisa Widyaningrum berkeinginan untuk membantu individu menggali kemampuan dan menemukan versi terbaik dari dalam diri mereka. Terkenal berprestasi semasa di bangku kuliah, yakni jurusan Psikologi di Universitas Gadjah Mada, Analisa merupakan mahasiswa penerima Djarum Beasiswa Plus tahun 2009. Selain itu, ia juga pernah di dapuk sebagai Duta Bahasa mewakili Indonesia dalam ajang ASEAN Youth Friendship Network tahun 2010. Seringkali, ia juga menghadiri berbagai acara webinar maupun acara-acara yang diadakan oleh civitas akademika berbagai kampus terkenal sebagai pembicara. Oleh karenanya, dari sekian banyak channel motivasi yang ada di Youtube, peneliti tertarik untuk menjadikan Channel Analisa Widyaningrum sebagai objek penelitian ini karena melihat kesesuaian napak tilas biografinya, yakni sebagai psikolog dan penggiat pendidikan di bidang psikologi serta konten-konten yang disajikan.

Salah satu konten yang ingin dijadikan objek penelitian oleh peneliti ialah konten yang berjudul “*DAY 4 to SELF LOVE – Ketika Self Love dijadikan Alasan untuk Tidak Produktif*” yang dipublikasikan pada tanggal 11 Agustus 2020.



Gambar: Beranda dan konten Channel Youtube Analisa Widyaningrum, Sumber: Youtube Analisa Channel

Menurut Abraham Maslow (dalam Rosyidi, 2015:101), aktualisasi diri merupakan kebutuhan seseorang untuk menjadi yang seharusnya sesuai dengan apa yang ia inginkan, yang mana berkaitan dengan potensi diri dan pengembangan diri. Aktualisasi diri diyakini sebagai kebutuhan penting yang dapat mempengaruhi perkembangan seseorang dalam menjalani kehidupannya. Orang yang memiliki aktualisasi diri yang baik cenderung lebih nyaman dan mampu mengontrol dirinya dengan perasaan positif (dalam Asmadi, 2018 dalam Rachman, 2019). Begitu pula dalam penelitian Raswati Tridiyana (2017) dari Universitas Diponegoro dengan judul “Gambaran Aktualisasi Diri Mahasiswa Bidikmisi Departemen Ilmu Keperawatan Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro”, diketahui bahwa Aktualisasi diri sangat penting ditumbuhkan, karena apabila seseorang tidak memiliki aktualisasi diri yang baik maka ia akan cenderung merasakan kepercayaan diri yang rendah, menutup diri, hingga putus asa.

Sejalan dengan hal itu, Aktualisasi diri juga mengiringi proses belajar mahasiswa. Pada umumnya, seorang mahasiswa atau remaja akhir adalah mereka yang berusia 18-22 tahun. Pada usia inilah (khususnya mahasiswa) cenderung dihadapkan dengan permasalahan yang beraneka ragam, khususnya mengenai pengelolaan emosi yang tidak stabil. Sebagaimana pada penjelasan kesehatan mental menurut WHO yang berkaitan dengan kondisi remaja, bahwa kesehatan mental merupakan kondisi seseorang yang telah menyadari potensi yang dimilikinya, mampu mengatasi berbagai tekanan dalam hidup, dan tetap bekerja secara produktif bagi dirinya sendiri maupun lingkungan sekitarnya (dalam Darmawan, 2019). Terdapat pula hasil riset yang dapat mendukung hal ini, yakni riset yang dilakukan oleh tim Divisi Psikiatri Anak dan Remaja Fakultas Kesehatan Universitas Indonesia pada tahun 2019, yang mana ditemukan bahwa remaja dalam hal ini mahasiswa sebanyak 95,4% menyatakan pernah merasakan gejala kecemasan, dan sebanyak 88% menyatakan pernah merasakan gejala depresi dalam menghadapi permasalahan selama di usia ini.

Arnett (dalam Santrock, 2012 dalam Limbong, 2017:249) turut mengungkapkan, bahwa dalam proses ini seseorang akan mengalami beberapa hal yang berkaitan dengan pengembangan dirinya. Hal itu dicirikan dengan beberapa perilaku, seperti adanya upaya untuk lebih mengeksplorasi identitas, ketidakstabilan dalam emosi maupun perilaku, *self-focused*, bahkan sangat termotivasi untuk mengubah kehidupan. Usia transisi menuju tingkat kedewasaan seringkali mempengaruhi pola pikir hingga perilaku seseorang

sehingga tidak jarang terdapat beberapa perilaku negatif yang ditimbulkan. Oleh karenanya, motivasi sangat penting ditumbuhkan secara terus menerus khususnya pada diri mahasiswa guna mendukungnya dalam pencapaian aktualisasi diri. Tidak hanya untuk perkembangan diri semata dan sementara, aktualisasi diri yang baik juga dapat memacu pengalaman hidup individu agar dapat menjadi pribadi yang berkualitas serta mempersiapkan tujuan hidup dengan matang.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya merupakan salah satu Fakultas yang ada di Universitas Trunojoyo Madura dan memiliki empat program studi yang seluruhnya telah diakui baik akreditasinya oleh Lembaga Akreditasi Perguruan Tinggi. Program studi tersebut antara lain Ilmu Komunikasi, Sastra Inggris, Psikologi, dan Sosiologi. Melihat keberagaman kajian ilmu sosial yang ada didalamnya dan dirasa memiliki keterkaitan dengan obyek penelitian, maka peneliti merasa tertarik untuk menjadikan mahasiswa FISIB sebagai subyek dari penelitian ini. Peneliti memilih kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura khususnya mereka yang berusia 19-22 tahun. Karena, pada usia ini sangat berkaitan dengan konstruksi konten yang dijadikan sebagai objek penelitian.

Sehingga, dari penjelasan diatas peneliti ingin melihat ada atau tidaknya pengaruh dari konten motivasi Youtube Analisa Widyaningrum, khususnya pada konten yang berjudul *“DAY 4 to SELF LOVE – Ketika Self Love dijadikan Alasan untuk Tidak Produktif”* yang dipublikasikan pada tanggal 11 Agustus 2020 terhadap proses aktualisasi diri mahasiswa dengan melihat dari respon atau perubahan sikap dan perilaku yang ditimbulkan setelah menonton konten motivasi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian diatas, adapun rumusan masalah yang ingin dikaji lebih lanjut oleh penulis dalam penelitian ini antara lain;

- a. Adakah pengaruh konten motivasi Youtube Analisa Widyaningrum terhadap proses aktualisasi diri Mahasiswa FISIB Universitas Trunojoyo Madura?
- b. Seberapa besar pengaruh konten motivasi Youtube Analisa Widyaningrum terhadap proses aktualisasi diri Mahasiswa FISIB Universitas Trunojoyo Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang sudah disebutkan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk;

- a. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh konten motivasi Youtube Analisa Widyaningrum terhadap proses aktualisasi diri Mahasiswa FISIB Universitas Trunojoyo Madura
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten motivasi Youtube Analisa Widyaningrum terhadap proses aktualisasi diri Mahasiswa FISIB Universitas Trunojoyo Madura

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran/pengetahuan baru terkait kajian penelitian yang sama, sehingga dapat dijadikan referensi bagi para peneliti selanjutnya.
- b. Dapat dijadikan referensi atau wawasan baru bagi mahasiswa maupun seluruh masyarakat dalam pemahaman pengaruh media yang berkaitan dengan aktualisasi diri

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini sebagai bentuk kepedulian peneliti terhadap kesehatan mental dan sekaligus sebagai bantuan moralitas terhadap individu yang memiliki permasalahan terkait pengembangan diri. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai solusi atas masalah yang terkait pengembangan diri dan memberikan rekomendasi konten motivasi yang dapat digunakan sebagai praktik proses pengembangan diri/aktualisasi diri bagi mahasiswa/masyarakat.