

BAB I

PENDAHULUAN

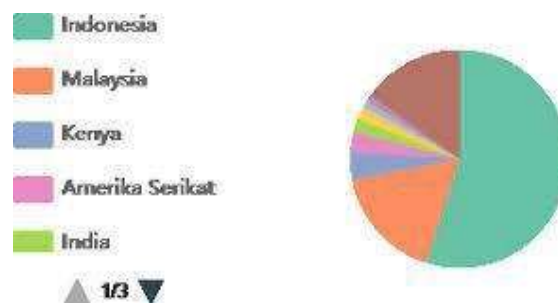
1.1. Latar Belakang Penelitian

Masyarakat modern kini sangat mengandalkan kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh internet. Sejak awal tahun 2000, internet telah berkembang pesat, menjadi sarana utama untuk mengakses informasi. Fenomena ini menghalangi munculnya berbagai blog, platform video, dan jejaring sosial selama periode ini.(Chang and Utami 2022:141–147).

Sejak muncul internet, akses informasi dan komunikasi antar individu semakin meningkat. Komunikasi antar generasi saat ini cenderung lebih menggunakan email daripada metode tradisional seperti membacakan informasi secara langsung. Meskipun teknologi terus berkembang, peningkatan ini dalam keterhubungan generasi melalui internet tidak dianggap sebagai ancaman terhadap pertumbuhan ekonomi menurut (Delliana & Wibowo, 2019). Platform sosial media teraktif di Indonesia itu datanya menunjukkan Youtube menduduki peringkat pertama dengan persentase sekitar 43%. Data tersebut dikumpulkan dari 143,26 juta pengguna internet Indonesia yang juga menggunakan media sosial. Menurut data Valid News.id hal ini menunjukkan di Indonesia lebih banyak menggunakan internet di aplikasi sosial media YouTube dibandingkan di platform sosial media lainnya (Fathiyah and Rina 2019:98–118)

Memanfaatkan YouTube, seseorang dapat mengakses video dari berbagai sumber, termasuk sampul musik, game, animasi, vlog, dan banyak jenis konten lainnya. Jumlah subscriber yang dimiliki seorang youtuber bisa dilihat dari jumlah

subscribarnya. Jumlah penonton yang menonton video yang diposting oleh pelanggan yang dimaksud di akun YouTube masing-masing, serta berapa banyak orang yang berlangganan ke saluran mereka, semuanya sama. YouTube saat ini menjadi platform paling populer untuk berbagi video (Rizki et al., 2020). Saat ini konten khalayak populer mencakup berbagai hal lain juga, antara lain ; film pendek, music, tutorial make up, dan film komedi. Video konten yang dibagikan oleh YouTuber yang kreatif dan berpengetahuan luas memiliki peran penting. Youtube berfungsi sebagai medium untuk berkomunikasi, mengungkapkan ekspresi, dan mengembangkan ide-ide. Vlog merupakan jenis konten di YouTube yang menarik minat banyak penonton. Vlog sendiri merupakan bentuk blog video yang mencakup kegiatan sehari-hari yang bervariasi antara individu dan umumnya dihasilkan oleh beberapa orang. Dalam vlog, berbagai topik dapat dibahas atau diperkenalkan (Zahra & Salman, 2017).



Gambar 1. 1. Perkiraan Geografi Pemirsa
Sumber: NoxInfluencer (2020)

Gambar 1 menggambarkan penyebaran geografis pengunjung kanal YouTube milik Ria Sukma Wijaya. Dalam gambar diatas dijelaskan bahwa sebagian besar troll yang berinteraksi dengan konten YouTube Ria SW berasal dari Asia, dengan persentase sekitar 55% berasal dari Indonesia. Ini

mengindikasikan bahwa mayoritas penonton konten Ria SW adalah warga Indonesia. Menurut data statistik dari Nielsen (Nielsen, 2020), 67% dari transaksi online dalam sebulan terakhir melibatkan nominal antara Rp. 50.000 dan Rp. 500.000. Di Indonesia, kemudahan akses dan efisiensi transaksi digital telah memungkinkan sekitar 42% populasi terlibat dalam bisnis online, khususnya dalam kategori makanan dan minuman, dengan mayoritas dari mereka (sekitar 81%) melakukan transaksi melalui platform digital (Fathiyah and Rina 2019:98–118).

Beberapa platform media sosial banyak digunakan oleh masyarakat ketika beraktivitas online. Namun, menurut hasil survei yang dilakukan oleh The Manifest, YouTube merupakan platform media sosial yang paling sering digunakan secara rahasia. YouTube memiliki misi untuk memberikan alat yang dibutuhkan setiap individu agar dapat memahami dunia serta konteksnya. YouTube memfasilitasi jutaan individu untuk menonton, mendengarkan, dan menyimpan berbagai video yang diunggah. Platform ini juga berperan sebagai tempat bagi pengguna untuk berinteraksi, berbagi, dan memberikan inspirasi kepada audiens di seluruh dunia. Selain itu, YouTube berfungsi sebagai wadah distribusi konten kreatif untuk kampanye baik yang berskala besar maupun kecil (Fathiyah and Rina 2019:98–118)

Selain itu, konten konsisten yang menyampaikan informasi dengan cara yang jelas, menarik secara visual, dan terdengar dapat mewakili transaksi online yang paling umum untuk makanan yang sedang diulas. Akibatnya, pemirsa lebih cenderung membuat video YouTube tentang ulasan makanan. Terlebih lagi, ada

potensi besar bahwa penonton akan menyelesaikan pembelian makanan secara online setelah menonton vlog kuliner. Saat ini, kedua proses ini menjadi lebih mudah dan efisien karena hanya memerlukan penggunaan satu perangkat, yakni telepon GSM yang terhubung dengan internet.

Menurut hasil riset yang dilaksanakan Kantar TNS (global market research expertise) disampaikan pada tanggal 9 Mei 2018 oleh pihak google saat mewakili Youtube, 92 persen pengguna internet di Indonesia menyatakan YouTube adalah tujuan pertama mereka ketika mencari konten video. Secara umum, pengguna Indonesia berpendapat bahwa YouTube memudahkan mereka dalam mencari konten yang menarik dengan topik yang beragam (Fathiyyah and Rina 2019:98–118)

Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai proses yang memiliki tujuan tunggal untuk mengurangi kerentanan individu (Yasir, 2020). De Vito (Chandra, 2011) Ada banyak jenis komunikasi, termasuk sumber atau komunikator, pesan, efek, umpan balik, dan lingkungan. Yang terpenting adalah komunikasi, yang terdiri dari pertukaran informasi dan gagasan tentang suatu topik yang dipahami komunikator. Dalam menentukan tolak ukur efektif atau tidaknya suatu komunikasi, perlu diketahui apakah komunikator dapat mengatasi hambatan-hambatan atau tidak.

Hovland, Janis, dan Kelley (2016) memberikan bukti bahwa Konsep keandalan sumber menggambarkan pemahaman tentang proses diperolehnya informasi tentang makna dan sifatnya. dari informasi tersebut dapat disimpulkan bahwa creditworthiness seseorang dapat ditentukan dari jenis komunikasi yang

mampu dilakukannya dengan seorang komunikator. Jenis komunikasi ini dapat menentukan apakah seseorang layak atau tidak berdasarkan informasi yang mereka berikan, seperti nama saudara atau informasi pribadi lainnya.

Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai proses yang memiliki tujuan tunggal untuk mengurangi kerentanan individu (Yasir, 2020). De Vito (Chandra, 2011) mengatakan bahwa ada berbagai jenis informasi seperti pembicara atau sumber, pesan, pesan, komunikasi, efek, respon, lingkungan. Yang terpenting adalah komunikasi, yang melibatkan pertukaran informasi dan gagasan tentang suatu topik yang dipahami komunikator. Untuk menilai efektivitas komunikasi, penting untuk menentukan apakah komunikator dapat mengatasi hambatan-hambatan seperti kepercayaan atau tidak, menurut pandangan Aristoteles (Dhestantya, 2018). Kredibilitas seseorang dapat dilihat dari kemampuannya dalam menggunakan pathos, yaitu berkaitan dengan kemampuannya dalam memicu emosi seperti simpati atau toleransi terhadap pendapat lain. Menurut Hovland, Janis, dan Kelley, terdapat tiga elemen yang dapat meningkatkan kepercayaan seseorang, yakni kejujuran, kompetensi, dan daya tarik (Fathiyyah, 2019). Sumber yang bertanggung jawab perlu memahami tanggung jawabnya dan menitikberatkan pada mutu informasi atau pesan yang disampaikan, sehingga penerima pesan tidak merasa kurang puas terhadap kemampuan sumbernya.

Littlejohn dan Foss (2011) menyatakan bahwa setiap ranah kajian komunikasi, baik tradisi, sosio-psikologi, siberetisme, retorika, sosiokultural, semiotika, fenomenologi, bahkan kritik mengungkapkan ciri khas dan perbedaan unik dalam pengetahuan yang dikumpulkan. Perbedaan ini dimaksudkan untuk

membantu siswa memahami bagaimana menerapkan pengetahuan mereka pada situasi tertentu dalam komunikasi dari perspektif teoretis. Penempatan perspektif teori terkadang bagi seorang ilmuwan, khususnya ilmu komunikasi, sering menimbulkan kesulitan dalam melihat realitas dari sudut pandang yang berbeda. Dalam beberapa kasus, teori penempatan dapat menjadi isu yang sulit untuk dibahas karena adanya perbedaan paradigma dan konseptualisasi (Rorong 2019:90–107)

Terdapat tiga elemen yang dapat meningkatkan kredibilitas seseorang yaitu kepercayaan diri (*credibility*), kompetensi (*ability*) dan daya tarik (*attractiveness*) sebagaimana diungkapkan dalam (Fathiyyah, 2019). Daripada hanya mencoba meningkatkan jumlah keterlibatan, seseorang yang dianggap sebagai sumber terpercaya harus fokus pada pemahaman kebutuhan penerima pesan dan menyampaikan informasi atau pesan berkualitas yang tidak akan membuat penerima bingung tentang kemampuannya. Tingkat kepercayaan terhadap suatu narasumber dipengaruhi oleh kredibilitas pakar yang dipercaya serta tingkat keakraban dan ketertarikan narasumber di mata informan. Ini sejalan dengan pandangan Effendy, yang menyatakan bahwa sumber yang dikenal dan disukai oleh penerima pesan dapat berperan dalam memperkuat proses komunikasi dan mengubah opini sesuai dengan keinginan.(Chang and Utami 2022:141–147)

Media sosial memiliki berbagai fungsi yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan individu, kelompok, organisasi, dan bisnis. Salah satu platform media sosial yang populer di berbagai tingkatan, mulai dari individu hingga bisnis, adalah YouTube. Sebagai situs web penyedia konten video, YouTube

memungkinkan berbagai kalangan untuk menikmati beragam konten. Keunggulan platform ini terletak pada efektivitasnya dalam menyebarkan informasi dan mengkomunikasikan berita kepada khalayak yang luas (Wilya, 2018:58).

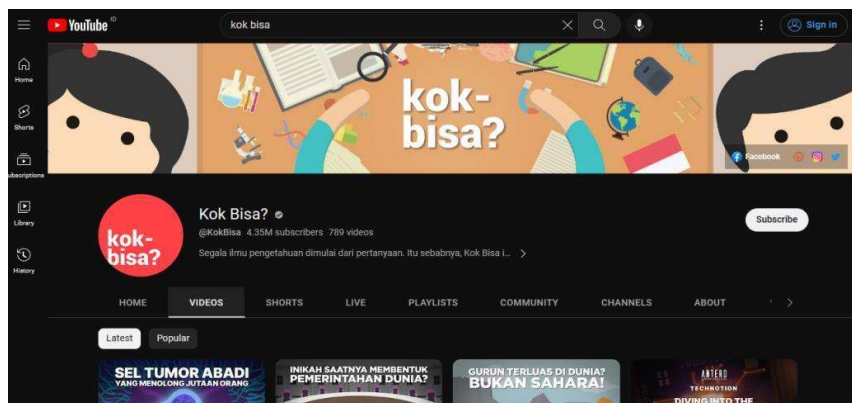
Ada empat fungsi media sosial, yaitu sebagai penyentral isu, sebagai alat partisipasi untuk mendukung sebuah gerakan, sebagai alat interaksi dalam pertukaran informasi dan sebagai alat informasi untuk mencari atau menerima informasi dengan mudah dan cepat (Hamid, 2014:201-203).



Gambar 1. 2. Aplikasi Yang Paling Sering Digunakan
Sumber: Survey APJII / diakses pada 28 Maret 2023
Pukul 01.45 WIB

Kredibilitas adalah jenis komunikasi yang didasarkan pada asumsi bahwa ada sesuatu yang benar atau salah tentang seorang komunikator dan memberikan bukti akan hal itu. Bagi komunikator mana pun, memiliki kredibilitas adalah kualitas yang diperlukan karena, ketika seseorang memiliki kredibilitas, seseorang

dapat berkomunikasi dengan percaya diri mengenai informasi informasi pendapat yang diberikan. Tanpa kredibilitas, komunikasi akan sulit dipertahankan dengan pandangan komunikator. Dengan mempunyai tingkat kepercayaan yang baik terhadap audien karena memastikan bahwa pesan dibagikan dan disalurkan tepat waktu. Menarik berarti khalayak akan menyampaikan kepercayaan kepada sumber yang bersangkutan dan mengubahnya menjadi sumber yang bereputasi baik di mata penonton. Akibatnya, media komunikasi untuk konten pendidikan harus memiliki kredibilitas.



Gambar 1. 3. Kanal Youtube Kok Bisa?

Sumber: Youtube Kok Bisa? / diakses pada 28 Maret 2023 pukul 16.06 wib

Saluran pendidikan YouTube "Kok Bisa?" diluncurkan pada 15 Juni 2015, oleh Gerald Sebastian. Kanal Youtube Kok Bisa? sekarang memiliki 4,37 juta pelanggan dan telah menerbitkan sekitar 795 video. Channel youtube edukasi kok bisa? menawarkan konten edukasi menghibur yang ditargetkan untuk anak-anak berusia antara 18 hingga 24 tahun. Kanal Youtube Kok Bisa? menggunakan animasi untuk membuat prinsip-prinsip Islam yang sulit dipahami menjadi lebih mudah dipahami oleh masyarakat umum. Mirip dengan industri media lainnya,

digitalisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap sektor audio visual dari sisi produksi, distribusi, dan konsumen

Rata-rata jumlah penonton dalam setiap unggahan video adalah lebih dari

200 ribu penonton dari 4.37 juta subscribers. Data ini menunjukkan bahwa kanal youtube Kok Bisa? memiliki penonton yang cukup banyak dan eksistensi yang tinggi dalam media sosial youtube. Banyaknya genre dalam konten Youtube yang setiap harinya selalu memproduksi informasi baru, ditambah dengan berbagai informasi yang datang dari platform dan media lain, menuntut Kok Bisa? untuk memiliki keunikan dan daya saing tertentu agar dapat menarik minat audiens untuk menonton konten yang telah mereka buat. Selain itu, dibutuhkan juga strategi yang tepat dalam menyusun konten dengan memanfaatkan banyaknya informasi yang ada di internet untuk kemudian diubah menjadi konten edukasi dalam rangka mengembangkan industri konten edukasi menggunakan video animasi.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa banyak akun penyaji konten informasi pada Youtube dan memiliki follower yang sama banyaknya, ini dapat menimbulkan keraguan untuk percaya (kredibilitas) di benak masyarakat, apakah berita yang disajikan benar-benar terjadi atau tidak. Dalam kajian komunikasi, kredibilitas dapat dilihat dalam tiga perspektif yakni kredibilitas media, kredibilitas isi/pesan dan kredibilitas sumber/komunikatornya. Kredibilitas media dapat dilihat dari bagaimana pengguna menggunakan berbagai ragam media mulai dari radio, koran, televisi, internet dan lain sebagainya, sementara kredibilitas pesan/isi adalah terkait dengan kualitas isi media, akurasi dan update dari

informasi yang disajikan tersebut. Video-video yang diunggah dalam kanal youtube Kok Bisa? merupakan informasi mengenai pertanyaan ilmu pengetahuan dengan menggunakan video animasi edukatif agar konsep yang rumit dapat mudah dipahami dan menyenangkan. Selain mengunggah video berdurasi 3 sampai 5 menit Kok Bisa? juga sering mengunggah video singkat 60 detik dalam format video short di kanal youtube Kok Bisa?.

Informasi merupakan faktor utama yang memungkinkan seseorang untuk memahami, dan menerapkan suatu konsep tertentu. Menurut Notoatmodjo (dalam Paramitha, 2018) “informasi yang berasal dari berbagai sumber akan mempengaruhi tingkat pemahaman seseorang” Ketika seseorang sering menerima informasi, mereka cenderung memiliki pengetahuan yang solid Semakin banyak orang membaca, maka ilmu yang didapat akan semakin berharga dibandingkan jika hanya sesekali membaca atau menengok sesuatu. Karena itu, umat manusia memiliki potensi untuk menjadi lebih berpengetahuan dan mampu membuat keputusan berdasarkan informasi selain memungkinkan munculnya pengetahuan dan pemahaman yang ada di dunia. Menurut Anthony dan John Dearden dalam bukunya *Management Control Systems* (Lestari, 2017) informasi didefinisikan sebagai pernyataan tunggal, sepotong data, atau objek yang meningkatkan pemahaman pengguna. Dalam situasi ini, informasi dapat dikategorikan sebagai informasi filosofis karena menunjukkan adanya teori atau hipotesis yang menghubungkan informasi dengan pemahaman dan tujuan. Seorang dokter dapat mengobati kondisi pasien sesuai dengan penyakitnya dengan menggunakan informasi yang diperoleh dari hasil diagnosanya. Seorang guru memiliki kekuatan

untuk mengubah seorang siswa-siswan menjadi manusia yang lebih cerdas berkat informasi yang diperoleh melalui pembelajaran logika terapan. Masih banyak lagi pekerjaan atau jenis pekerja lain di dunia kerja yang secara logika sensitif terhadap informasi.

Ada beberapa strategi atau teknik pengumpulan informasi yang dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi secara aman dan terpercaya. Strategi pengumpulan informasi adalah metode atau prosedur tertentu yang dimaksudkan untuk digunakan dalam mengumpulkan informasi, dan metode atau prosedur yang dimaksud akan meningkatkan hasil dari proses pengumpulan informasi. Hal ini sejalan dengan pernyataan Rowley (dalam Hasugian, 2017) bahwa strategi untuk memunculkan bukti terdiri dari pemikiran dan tindakan yang disengaja selama proses penulisan, dengan tujuan mengidentifikasi jumlah cantuman yang relevan, menghilangkan dokumen yang tidak relevan, mengurangi jumlah cantuman, dan memastikan bahwa cantuman yang sama tidak digunakan dua kali. Singkatnya, strategi pengumpulan informasi adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang secara terang-terangan berkaitan dengan kebutuhan yang ada.

Berdasarkan fenomena yang telah disebutkan, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kredibilitas Konten Edukasi Kanal Youtube Kok Bisa? Pada Kebutuhan Informasi Followers”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya konten edukasi : Kurangnya akses terhadap materi edukasi yang memadai atau tersedia secara luas.
2. Penggunaan media sosial yang kurang maksimal untuk menambah pengetahuan : Kurangnya pemanfaatan optimal media sosial sebagai sumber pengetahuan atau pendidikan yang bermanfaat.
3. Kredibilitas konten menjadi hal yang penting dalam sebuah konten edukasi : Adanya kebutuhan akan kepastian atau keandalan konten edukasi yang disajikan dalam media.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu meluas dan terarah, maka peneliti memfokuskan batasan masalah pada konten youtube Kok Bisa? kemudian kredibilitas *content creator* yang meliputi tingkat kepercayaan, keahlian dan daya tarik pada *followers* kanal youtube Kok Bisa?.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh kredibilitas *content creator* kanal Youtube Kok Bisa? terhadap kebutuhan informasi *followers*?

2. Seberapa besar pengaruh kredibilitas konten edukasi kanal youtube Kok bisa? terhadap kebutuhan informasi followers?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini anatar lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh kredibilitas kanal youtube Kok Bisa? terhadap kebutuhan informasi followers.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kredibilitas konten edukasi kanal youtube Kok Bisa? terhadap kebutuhan informasi followers.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1.6.1. Manfaat Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada kajian tentang konten edukasi melalui media sosial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi ilmu komunikasi, dalam melihat pengaruh kredibilitas konten edukasi pada platform youtube terhadap kebutuhan informasi masyarakat.

1.6.2. Manfaat Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan hasilnya dapat memberikan manfaat yang nyata dalam perkembangan perpustakaan, terutama bagi:

1. Bagi peneliti yaitu sebagai sumber informasi mengenai bahan kajian dan diskusi untuk menambah wawasan dan pemahaman akan ilmu dan pengetahuan umum lainnya.

2. Bagi guru, memberikan variasi media pembelajaran yang tepat yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas dan suasana kegiatan pembelajaran di kelas serta memberikan motivasi kepada guru untuk lebih kreatif dalam menentukan dan menggunakan bahan ajar.
3. Bagi siswa/pengguna media sosial Youtube, memperoleh media informasi digital yang mudah diakses, relevan dan terpercaya serta dapat memenuhi kebutuhannya.
4. Bagi Youtube Influencer, dapat mempertahankan, meningkatkan dan mengembangkan channel Youtube-nya untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi audiensnya menjadi lebih efektif.

1.6.3 Manfaat Aspek Sosial

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi siapapun yang membaca penelitian ini sehingga memahami betapa pentingnya memahami tentang pentingnya adanya nilai edukasi dalam setiap konten sebagai sebuah tanggung jawab sosial.