

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan individu lain untuk menunjang kehidupannya. Hal ini dikarenakan manusia tidak dapat hidup sendiri. Manusia membutuhkan orang lain untuk berkomunikasi karena komunikasi merupakan bagian yang sangat penting sebagai suatu kebutuhan sepanjang hidup. Menurut Everett Kleinjan, komunikasi penting untuk hidup itu sendiri sebab manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi (Hafied Cangara, 2009: 1-2 dalam Saku Bouk, 2013: 1).

Dalam berkomunikasi ada dua cara yang dapat dilakukan yaitu komunikasi langsung (*face to face*) dan komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung atau biasa disebut komunikasi tatap muka artinya komunikator dan komunikan bertemu secara langsung untuk bertukar pesan. Namun seiring berkembangnya teknologi, komunikasi langsung dimungkinkan melalui perantara media seperti *video call* atau telepon. Sedangkan komunikasi tidak langsung dilakukan juga melalui perantara media yaitu media massa cetak seperti majalah, tabloid, surat kabar maupun media massa elektronik seperti televisi dan radio.

Semakin berkembangnya jaman dan ilmu pengetahuan, manusia semakin pintar dalam mengembangkan teknologi. Kehadiran teknologi membuat banyak perubahan pada gaya hidup manusia serta cara berpikir dan berkomunikasi dengan

sesama. Teknologi adalah alat yang diciptakan manusia untuk memperpanjang dan menopang segala keterbatasan organ tubuh manusia.

Menurut Ellul, (1964 : XXV), teknologi adalah kumpulan-kumpulan pengetahuan manusia yang diperoleh dari berbagai pengalaman ataupun dari berbagai sumber lainnya yang membantu manusia untuk melakukan kegiatan tertentu dengan menggunakan alat yang telah diciptakannya untuk mencapai tujuan tertentu (Saku Bouk, 2018 : 15).

Sesungguhnya manusia menggunakan teknologi untuk memperoleh pengetahuan dalam segala bidang kehidupan seperti politik, budaya, sosial dan ekonomi. Perkembangan teknologi yang semakin maju merupakan sebuah bukti bahwa manusia membutuhkan informasi. Kebutuhan akan informasi inilah yang menjadi dorongan bagi manusia untuk berkomunikasi melalui media baik media cetak, elektronik maupun media berbasis internet atau media baru.

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, di mana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima atau pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas atau masyarakat 'baru' melalui isi media (Liliweri, 2015:284). Kehadiran media baru yang didukung oleh internet telah meningkatkan komunikasi antara manusia di seluruh dunia.

Kemampuan media baru menghadirkan hal-hal baru yang bisa didapatkan dengan cepat berpotensi menggeser peran media lama sehingga media baru tampil untuk mengendalikan informasi sekaligus mengubah kerja manusia hal inilah yang membuat media baru menjadi lebih unggul dibandingkan media lama.

Perbedaan yang menonjol antara media sosial sebagai media baru dengan “media lama” antara lain dalam hal kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan, kedekatan dan sifatnya yang permanen contohnya adalah internet.

Dalam perkembangan teknologi, lahirlah teknologi mutakhir yaitu internet sebagai media komunikasi online yang menjadi sarana komunikasi yang paling canggih dan modern saat ini karena internet dapat menyediakan segala bentuk informasi yang diperlukan oleh para penggunanya. Secara harafiah, internet (*interconnected-networking*) ialah rangkaian komputer yang terhubung satu dengan yang lain melalui jaringan dan saling berkomunikasi dengan waktu dan wilayah yang tak terbatas (Darma, 2009:1).

Jumlah pengguna internet yang besar dan semakin berkembang telah mewujudkan budaya internet karena internet mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu dan pandangan dunia. Oleh karena itu internet mampu menyaingi media komunikasi lainnya. Kehadiran internet telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi sebab keunggulan internet yang dapat memberikan informasi dengan cepat. Inilah yang membuat internet menjadi populer saat ini. Semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia membuat media sosial semakin melekat dengan masyarakat. Media sosial sebagai media komunikasi dikembangkan untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Kehadiran media sosial membuat manusia dapat berbagi segala informasi yang ia miliki kepada sesama penggunanya.

Menurut Ahqvist, dkk media sosial merupakan sarana interaksi antara sejumlah orang melalui “*sharing*” informasi dan ide-ide melalui jaringan internet untuk membentuk semacam komunitas virtual (Liliweri, 2015:288).

Ada berbagai macam media sosial yang digunakan oleh masyarakat modern saat ini, salah satu diantaranya adalah *youtube*. *Youtube* adalah sebuah situs berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya untuk berbagi video ataupun menontonnya kapan saja dan di mana saja.

Youtube didirikan oleh tiga orang mantan karyawan *paypal* yaitu Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Kariim pada bulan Februari 2005. Perusahaan ini berpusat di San Bruno, California dan memakai teknologi *Adobe Flash Video* dan *HTML5* untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna atau konten kreator termasuk klip film, klip TV dan video musik (Liliweri, 2015:304).

Youtube sebagai jejaring sosial dapat dimanfaatkan untuk memperoleh beragam informasi yang diperlukan, mempromosikan produk-produk yang ingin dipasarkan, juga dapat dijadikan sebagai media hiburan. Tak hanya itu *youtube* bermanfaat sebagai salah satu sumber penghasilan.

Pengguna *youtube* saat ini berasal dari berbagai kalangan, termasuk juga kalangan remaja. Remaja merupakan pengguna aktif media sosial yang secara langsung dapat menyebarkan informasi kepada sesamanya. Demikian halnya dengan remaja di Kelurahan Manutapen, Kecamatan Alak, Kota Kupang yang diterpa oleh media sosial *youtube*. Tak hanya menggunakan *youtube* untuk menonton video yang diinginkan, mereka bahkan menjadi *subscriber* atau pelanggan dari *channel-channel youtube* yang ada. Salah satu *channel youtube* yang cukup terkenal saat ini adalah *channel youtube* Atta Halilintar.

Atta Halilintar adalah seorang *conten creator* dengan jumlah *subscriber* terbanyak di Indonesia. Hingga September 2019 sudah ada 19 juta *subscriber*

dengan jumlah video 604 video yang telah ditonton kurang lebih 1,7 milyar kali. Atta telah bergabung dengan *youtube* sejak 26 Januari 2014 dan telah menghadirkan berbagai macam konten video yang diunggah di *channel youtube*nya seperti *grebek* rumah artis, *prank* atau kata lainnya gurauan(bercanda), juga *collabs* bersama *youtuber* terkenal lainnya. Salah satu konten Atta Halilintar yang banyak ditonton adalah konten “prank”. Atta dianggap sebagai anak muda berbakat karena diusianya yang masih terbilang muda ia sudah memiliki kekayaan yang cukup fantastis. Inilah yang membedakan Atta dengan *youtuber* lainnya.

Pada kenyataannya, *youtube* memiliki aturan dan kebijakan dalam penggunaannya agar penggunanya terhindar dari berbagai masalah. Beberapa aturan tersebut antara lain menghindari konten-konten yang berisi seksual atau ketelanjangan, konten yang berbahaya atau merugikan, konten yang mengandung kebencian, kekerasan atau vulgar, pelecehan atau *cyberbullying*, ancaman, konten yang membahayakan anak, serta memperhatikan kembali hak cipta konten dan privasi (Nasrullah, 2015:184-190).

Dengan melihat aturan yang ada pada *youtube* nyatanya tidak semua *content creator* membuat konten mereka sesuai dengan aturan. Seperti halnya dengan beberapa konten Atta Halilintar yang telah dipublikasikan telah melanggar hak cipta. Pasalnya ada satu video dalam *channel youtube* Atta Halilintar yang mana menjiplak video karya seorang *content creator* bernama Putu Reza mengenai review *handphone*. Ada juga sebuah video *prank* atau mengerjai seorang perempuan. Video ini dianggap tidak mendidik karena mengeneralisasi

perempuan-perempuan Indonesia bahwa perempuan Indonesia memiliki perilaku yang sama seperti perempuan dalam video tersebut yaitu perempuan yang “matre” atau “mata duitan” atau materialistis.

Meskipun demikian, Atta Halilintar tidak kehilangan para pelanggannya, terbukti jumlah *subscribarnya* terus bertambah. Begitu banyaknya video yang dibuat oleh Atta Halilintar yang kemudian ditonton oleh pengguna *youtube* yang dianggap tidak memiliki nilai edukasi, terutama untuk para remaja yang dalam masa pencarian jati diri, tak jarang memancing komentar-komentar *menohok* dari para penonton yang menyebut adanya konten-konten Atta Halilintar dianggap sebagai konten “sampah”. Sebagai contoh sebuah video prank berjudul “GEMBEL NAIK PESAWAT BUSINESS CLASS! Urat Malu Putus!” yang diunggah pada tanggal 3 Februari 2019 dengan kurang lebih 6 juta kali ditonton. Dalam video berdurasi 6 menit 38 detik itu menampilkan Atta Halilintar yang berpakaian layaknya seorang gelandangan namun naik pesawat kelas bisnis. Banyak komentar positif maupun negatif yang ditinggalkan oleh penonton, seperti dari akun:

@mami mama: *“kontennya emang sampah, tapi pribadinya nice sih, entah pencitraan or real”*.

Ada juga dari akun @Yt control : *“Ini konten apa yah?apa karna dia orang kaya?gak ada pesan baiknya di video ini, sayang banget padahal subscribarnya banyak. Harusnya buat video yang mengandung unsur pendidikan, moral dan etika supaya ditiap konten-kontennya bisa menghasilkan faedah dan ilmu untuk remaja dan generasi penerus bangsa agar lebih mengenal cara berinteraksi dengan benar”*.

Meskipun ada begitu banyak komentar yang menghujat Atta, tetapi tak sedikit yang memberikan komentar positif. seperti contoh akun:

@Harun Alrasyid : “Gua emang bukan A Team, tapi gua jujur aja gua terinspirasi sama dia. Sukses terus bro.”

Ada juga akun @bgz cyn: “*youtuber* yang berhati besar, rendah hati dan tidak mempunyai rasa sombong.

Dalam menggunakan media setiap orang memiliki motif tersendiri. Motif adalah sebuah dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan segala aktivitas demi mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Gerungan, Motif merupakan suatu pengertian, yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebutkan ia berbuat sesuatu (Santoso, 2010:107).

Demikian halnya dengan remaja Kelurahan Manutapen yang juga memiliki motif untuk mengakses media sosial. Berdasarkan wawancara awal penulis dengan beberapa remaja di Kelurahan Manutapen, Kecamatan Alak, Kota Kupang pada tanggal 28 September 2019, rata-rata mereka mengakses media sosial setiap hari. Untuk mengakses *youtube*, mereka menghabiskan waktu dua hingga tiga jam perhari. Remaja di Kelurahan Manutapen mengakses media sosial *youtube* melalui *smartphone* mereka sendiri, karena rata-rata mereka sudah menggunakan *smartphone*.

Berdasarkan uraian latar belakang ini, penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti tentang “MOTIF REMAJAMENJADI *SUBSCRIBER CHANNEL YOUTUBE* MILIKATTA HALILINTA (Studi Fenomenologi Tentang Subscriber Pada Remaja Kelurahan Manutapen, Kecamatan Alak, Kota Kupang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apa motif remaja Kelurahan Manutapen, Kecamatan Alak, Kota Kupang menjadi *subscriber channel youtube* milik Atta Halilintar?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan mengenai motif di balik *mensubscribe channel youtube* milik Atta Halilintar bagi remaja Kelurahan Manutapen, Kecamatan Alak, Kota Kupang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Secara akademis penelitian ini dapat menjadi referensi, sebagai salah satu sumber bahan penelitian juga bacaan di lingkungan FISIP UNWIRA
- b) Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai media komunikasi.
- c) Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis

1.5.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini adalah penalaran yang dikembangkan dalam memecahkan masalah penelitian. Pada dasarnya, kerangka pemikiran menggambarkan jalan pikiran yang rasional dalam melaksanakan penelitian tentang motif remaja menjadi *subscriber channel youtube* milik Atta Halilintar.

Kehadiran media sosial saat ini membawa pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan masyarakat. Tidak hanya itu, seiring berkembangnya jaman, media sosial pun semakin berkembang dan hal ini bisa memberikan dampak yang positif maupun negatif terhadap pengguna itu sendiri. Dampak positifnya, media sosial bisa memberikan penggunanya begitu banyak informasi juga memberikan hiburan. Sedangkan dampak negatifnya, pengguna bisa kapan saja mengakses situs-situs pornografi dan lain sebagainya. Demikianlah yang terjadi pada remaja, perkembangan teknologi juga bisa berpengaruh terhadap pertumbuhan dan pergaulan remaja. Salah satu media sosialnya yaitu *youtube* dapat mempengaruhi pola pergaulan remaja saat ini.

Youtube banyak digemari saat ini karena dapat dijadikan sebagai sarana untuk memperoleh hiburan, informasi, sarana belajar dan masih banyak hal lainnya. Keunggulan *youtube* saat ini mampu menyaingi televisi, karena hampir semua tayangan yang telah tayang di televisi akan ditayangkan kembali di *youtube*.

Youtube menghadirkan berbagai macam *channel* yang dapat diakses oleh siapa saja termasuk para remaja. Salah satu contohnya yaitu *channel* Atta Halilintar yang cukup digemari. Dalam mengakses *youtube*, remaja memiliki motif atau dorongan. Hal inilah yang mempengaruhi remaja Kelurahan Manutapen menjadi *subscriber channel youtube* Atta Halilintar.

Dalam mengakses *channel youtube* Atta Halilintar tidak terjadi begitu saja, ada alasan-alasan yang menjadi pendorongnya yaitu karena trend dan pergaulan. Trend di era modern ini mempengaruhi remaja untuk menentukan pilihan

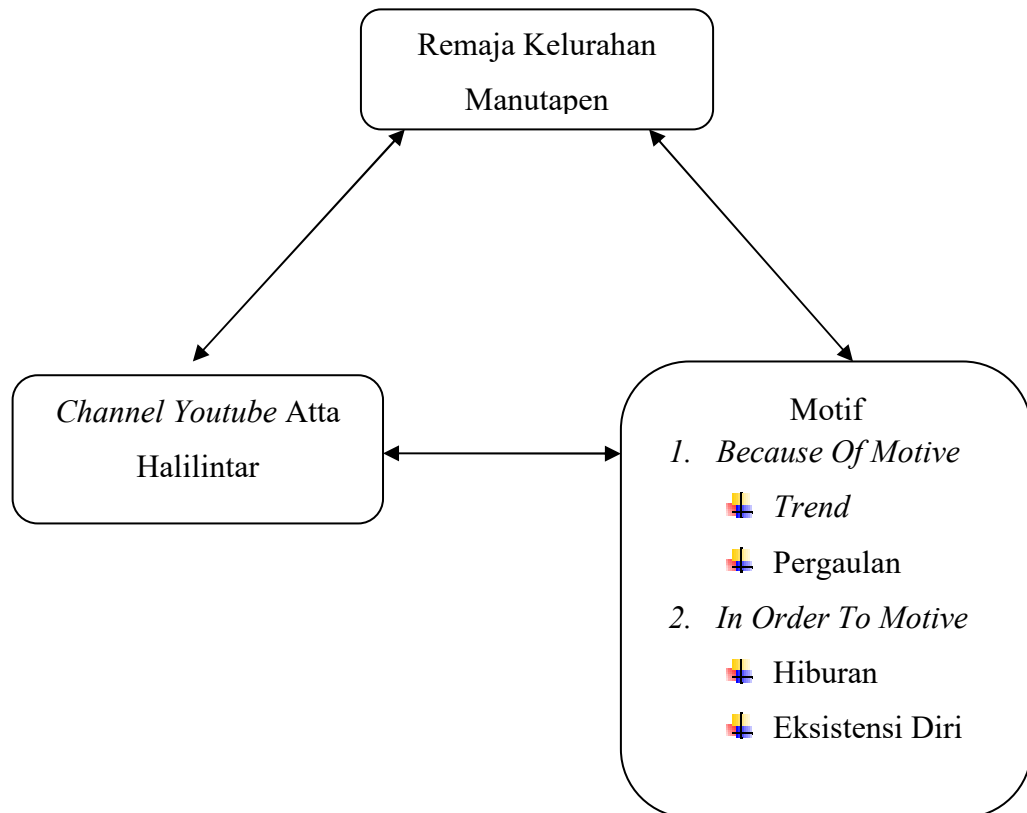
berdasarkan apa yang sedang hangat diperbincangkan dan hal ini pula akan berpengaruh terhadap pergaulannya. Remaja cenderung akan bergaulan dengan sesamanya yang memiliki kesukaan terhadap hal yang sama.

Channel youtube Atta Halilintar bukan saja sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh informasi tentang kehidupan Atta Halilintar khususnya dan ini merupakan salah satu hal yang ingin diketahui oleh remaja.

Sesuai dengan pemahaman konseptual yang telah diuraikan di atas, maka alur kerangka pikir ini dapat digambarkan pada bagan 1.1 sebagai berikut:

Bagan 1.1

Kerangka Pikir Penelitian



1.5.2 Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yakni Para Remaja Kelurahan Manutapen, Kecamatan Alak, Kota Kupang yang menjadi *subscriber channel youtubemilik* Atta Halilintar karena terdorong oleh motif tertentu.

1.5.3 Hipotesis

Dengan merujuk pada rumusan masalah di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini yakni Motif Remaja Kelurahan Manutapen, Kecamatan Alak, Kota Kupang menjadi *subscriber chanel youtubemilik* Atta Halilintar adalah motif

sebab (*because of motive*) yang merujuk pada *trend* dan pergaulan serta motif tujuan (*in order to motive*) yang merujuk pada hiburan dan eksistensi diri.