

# **BAB I**

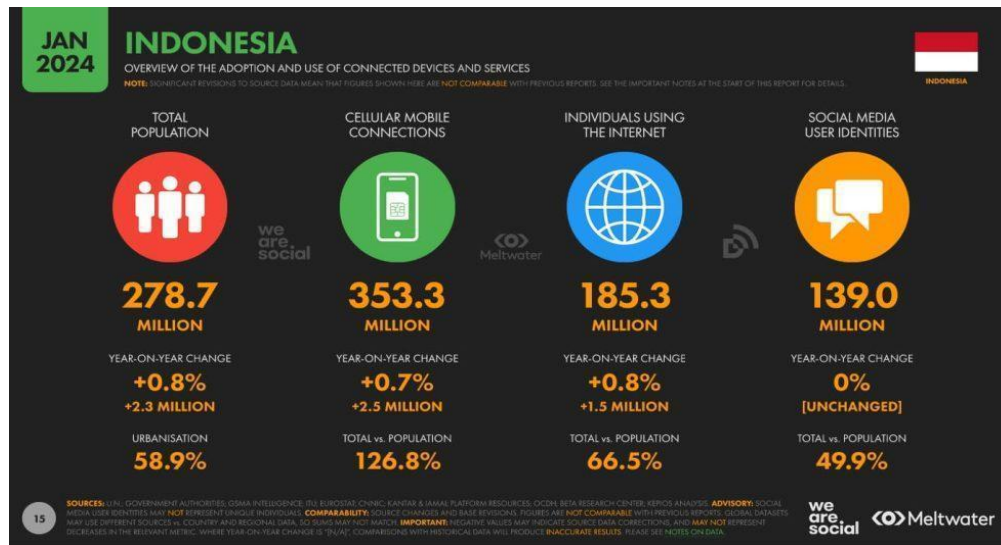
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Zaman modern saat ini kemudahan akses dalam mencari sesuatu sangat berkembang dengan adanya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, kebutuhan manusia akan suatu informasi merupakan hal yang perlu dipenuhi, karena kebutuhan akan informasi merupakan kebutuhan setiap orang yang dapat dipenuhi menggunakan media massa terbarukan, seperti media sosial.

Menurut (Rohani 1997:2) Media berasal berasal bahasa latin bentuk penyempurnaan berasal kata medium yg secara harfiah mempunyai arti perantara atau pengantar dalam Association of Education and Communication Technology (AECT) media artinya segala bentuk dan saluran yg digunakan buat proses penyaluran informasi. Media massa ialah sarana atau alat penyampai pesan ataupun gosip dari pengirim ke khalayak mirip surat keterangan, film, radio, dan televisi (Canggara, 2010: 123-126) pada (Qisthina Putri, 2020)

Perkembangan internet yang sangat besar di dunia menyebabkan terbentuknya jaringan baru yaitu media sosial, media sosial merupakan media yang berbasis internet yang memungkinkan untuk penggunaanya berinteraksi dan bersosialisasi, seperti memberikan kabar informasi serta menjalin kerja sama. Menurut (Jati, 2016) media sosial memungkinkan seseorang untuk berinteraksi sesuai keinginannya, bebas membuat atau bertukar serta mendiskusikan sesuatu melalui penggunaan media sosial yang bervariasi, baik dengan kalimat langsung, gambar, video atau audio saat terhubung ke Internet. Berikut ini merupakan infografis pengguna internet di Indonesia



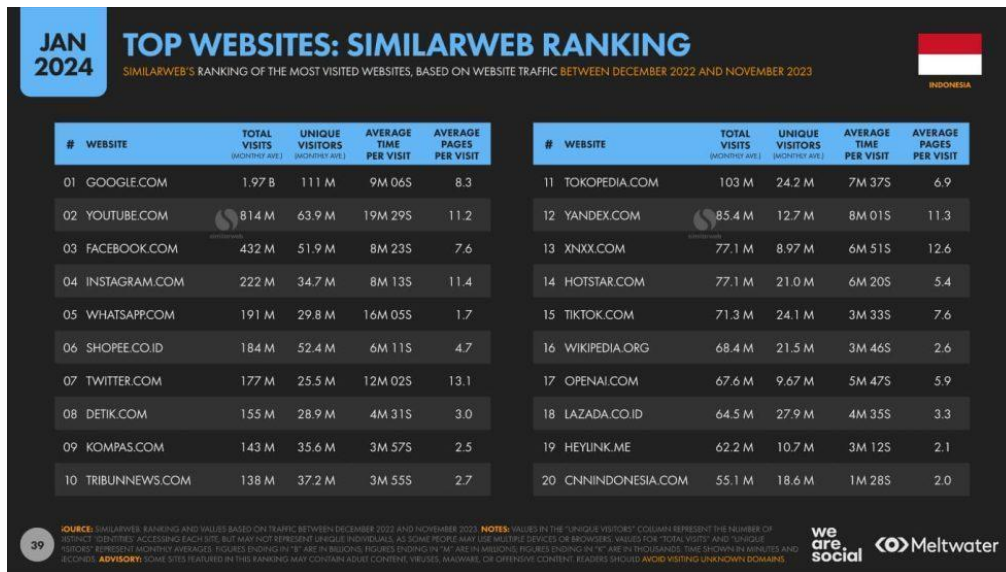
**Gambar 1.1**  
**Pengguna Internet di Indonesia**

**Sumber: We Are Social**

Infografis di atas menggambarkan betapa berkembangnya penggunaan internet di Indonesia, terlebih dalam menggunakan media sosial sekitar 167 juta (60,4% dari total populasi) berdasarkan angka tersebut lebih dari setengah penduduk Indonesia menggunakan internet untuk bermedia sosial.

Menurut (Ardiansah dan Maharani, 2021) media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah digunakan untuk mempermudah interaksi di antara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial sering dijadikan sebagai bentuk citra diri dan bisa juga dijadikan oleh perusahaan untuk marketing. Pemanfaatan media sosial tergantung oleh penggunanya masing-masing bisa untuk membangun branding atau hanya sekedar mempermudah interaksi dengan orang lain.

Tingginya pengguna media sosial ini dipicu oleh beragamnya niat dan tujuan seseorang dalam menggunakannya, karena memang di media sosial banyak hal yang bisa dilakukan seperti mencari informasi, berhubungan dengan kerabat dan keluarga, hingga sebagai ladang pencaharian uang atau pekerjaan. Selain penggunaannya yang mudah dan akses yang tergolong sederhana, media sosial menjadi pilihan tepat bagi para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan mereka masing-masing.



**Gambar 1. 2**  
**Grafik situs yang sering dikunjungi di Indonesia**

**Sumber: We Are Social**

Selain melalui aplikasi, media sosial juga dapat diakses melalui situs resmi media sosial tersebut, hal ini memudahkan bagi para penggunanya dalam menggunakan media sosial melalui perangkat laptop maupun komputer personal, hal ini biasa dilakukan oleh pengguna yang membutuhkan sosial media secara terus menerus.

Berdasarkan Gambar 1.2 dapat diketahui beberapa situs yang paling sering dikunjungi oleh pengguna di Indonesia dengan posisi pertama yaitu Google.com dengan rata-rata 1.97 Juta dikunjungi per bulannya, hal ini sangat wajar karena Google.com menjadi situs awal bagi pengguna sosial media untuk melanjutkan pencarian ke situs media sosial yang ingin di tuju, sedangkan di posisi kedua ada YouTube.com hal ini dikarenakan YouTube menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dalam mencari suatu informasi, inspirasi serta penjelasan terhadap sesuatu maupun sekedar mencari hiburan semata dalam bentuk video, para pengguna YouTube. Saat ini, YouTube merupakan situs penyedia video *online* paling mendominasi di Amerika Serikat, bahkan di dunia, dengan 43% menguasai pasar. Diperkirakan video berdurasi 20 jam diunggah ke YouTube setiap menit dengan 6 miliar tampilan per hari.

Youtube merupakan salah satu aplikasi media sosial yang berbasis video dan audio, salah satu media sosial yang telah lama mengarungi dunia internet yang terus berkembang hingga sekarang dengan terus mengikuti trend serta kebiasaan penggunanya, membuat aplikasi youtube terus bertahan hingga saat ini, di youtube banyak hal yang bisa diakses. Seperti untuk hiburan, mengisi waktu luang hingga sebagai pencarian suatu informasi tertentu salah satunya adalah sebagai sumber informasi terkini.

Sejak pandemi Covid-19 melanda Indonesia pada tahun 2020 silam, pelaksanaan sekolah, kampus atau kegiatan belajar mengajar diharuskan untuk beralih ke pembelajaran jarak jauh. Proses pembelajaran dilakukan secara online dengan menggunakan berbagai aplikasi yang memadai. YouTube sebagai salah satu platform hiburan, menjadi alat yang sangat berharga bagi para pelajar selama masa pembelajaran ini. Dalam konteks ini, YouTube bukan hanya sebagai sumber hiburan semata, melainkan juga sebagai sarana yang membantu para pelajar melepaskan kepenatan dan stress selama proses belajar *online*.



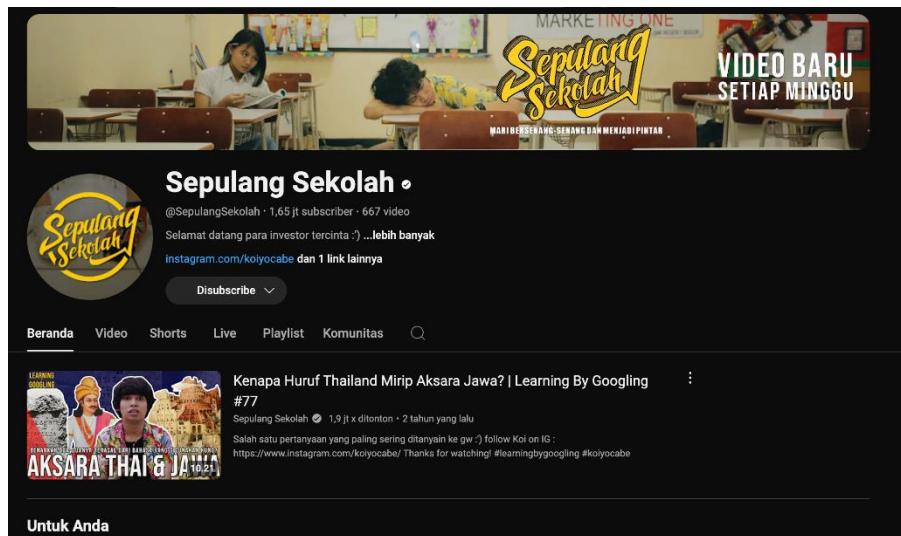
**Gambar 1. 3**  
**Grafik pengguna platform media sosial di Indonesia**

**Sumber: Slice.id**

YouTube telah menjadi platform publikasi karya yang sangat berpengaruh dalam era digital ini. Sebagai salah satu platform berbagi video terbesar di dunia, YouTube memberikan peluang kepada berbagai kalangan, termasuk seniman, musisi, pembuat konten, untuk mempublikasikan karya mereka secara global. Kemudahan akses dan jangkauan luas yang dimiliki YouTube memungkinkan para kreator untuk menjangkau audiens yang sangat besar ke seluruh dunia. Dari video musik resmi hingga karya seni kreatif, YouTube menyediakan panggung virtual di mana berbagai bentuk ekspresi dapat diungkapkan dan dinikmati oleh masyarakat global.

Pesatnya perkembangan Youtube saat ini dipengaruhi oleh program monetisasi, salah satu program dari YouTube yang di mana para pembuat karya diberikan peluang untuk mendapatkan keuntungan dengan mengunggah karya mereka ke YouTube, program ini dinilai berdasarkan jumlah views dari setiap video yang di upload serta seberapa banyak pihak yang mengiklan pada akun tersebut, makin banyak views dan pihak yang beriklan semakin tinggi juga penghasilan yang di dapat. Hal ini membuat tingginya minat khalayak untuk menjadi Youtubers atau konten kreator.

*Koirapat Pormponpitak* atau yang akrab disapa Koi adalah salah satu konten kreator Indonesia yang populer lewat kanal Youtube Sepulang Sekolah, Konten yang dia buat berupa konten edukasi dan sejarah dengan tagline “Learning by Googling” yang menjadi ciri khasnya, Saat ini kanal YouTube Sepulang Sekolah yang berdiri sejak 2016 ini sekarang memiliki 1,65 Juta pengikut dengan 667 video total keseluruhan di luar video Learning by Googling, karena sebelum membuat video tentang edukasi dan sejarah, Koi fokus membuat konten sketsa di YouTube-nya namun kurang diminati dan sedikit penonton.



**Gambar 1. 4**  
**Beranda Kanal YouTube Sepulang Sekolah**  
**Sumber: Kanal YouTube Sepulang Sekolah**

Konten edukasi dan sejarah merupakan konten yang tergolong tabu untuk seorang konten kreator, karena belakangan ini konten kreator yang menjadi sorotan atau banyak peminatnya adalah konten hiburan seperti games, video blog, pameran kekayaan, kuliner dan sebagainya, Namun Koi melihat sudut pandang lain dari fenomena ini dengan memilih konten edukasi dan sejarah yang dikemas sedemikian rupa dengan tagline nya “Learning by Googling”, edukasi dan sejarah yang diangkat *Koi* ke dalam kontennya bisa dibilang *fresh* dan terbaru yang mana setiap konten yang dibuat berdasarkan isu yang sedang hangat dibicarakan di media sosial Indonesia maupun Internasional.



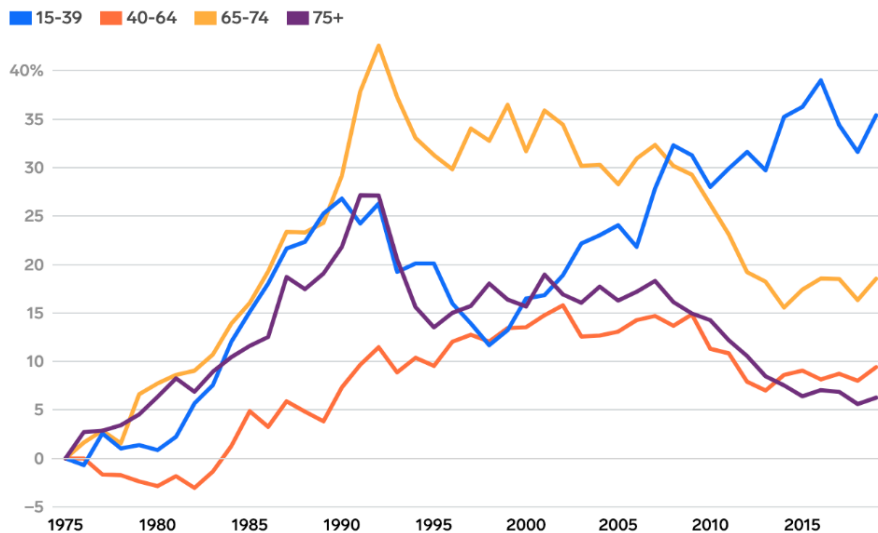
**Gambar 1.5**  
**Tayangan YouTube Sepulang Sekolah sebagai bahan penelitian**  
**Sumber: Kanal Youtube Sepulang Sekolah**

Edukasi tentang kesehatan umumnya kita temukan di video Iklan Layanan Masyarakat atau dari Kanal YouTube seorang dokter maupun atlet, Dalam konten ini Koi mengambil tema kesehatan dengan judul “Kenapa Makin Banyak Anak Muda Kena Kanker? Hati-hati! Begadang! Tak Terhindarkan? | LearningbyGoogling” hal ini didasari oleh naiknya kasus dewasa muda mengalami penyakit kronis seperti jantung, hipertensi, dan diabetes.

Dalam video ini Koi membahas tentang naiknya kasus dewasa muda yang terjangkit penyakit kronis, Koi menjelaskan tentang apa saja hal-hal yang mempengaruhi hal ini terjadi seperti pola hidup, lingkungan, dan banyak hal lainnya. Koi mengemas videonya dengan memberikan data dari sumber-sumber terpercaya yang dia temukan di internet sesuai dengan taglinenya “LearningbyGoogling”. Selama penayangannya Koi juga memberikan informasi berkaitan dengan data yang dia ambil, seperti link web dan sumber wawancara dari orang yang berkaitan dengan videonya.

## Rising rate of young people getting cancer

Cumulative percent change in cancer incidence rates per 100,000 from 1975 by age group



**Gambar 1. 6**  
**Grafik Pengidap Kanker Berdasarkan Usia**

**Sumber: Business Insider**

Naiknya kasus penyakit kronis yang dialami oleh dewasa muda terutama usia 15-30 tahun dari tahun ke tahun semakin meningkat selama 30 tahun terakhir. Di Amerika Serikat (AS) kasus kanker di diagnosa pada mereka yang berusia 40 tahun ke bawah terus meningkat secara massive sebesar 35.4% dari tahun 1975 hingga 2019. Hal ini juga terjadi di United Kingdom (UK) kenaikan kasus kanker yang didiagnosa pada usia 29-49 tahun naik sekitar 22% sejak 1990 hingga 2018 lalu.

Menarik bagi penulis untuk meneliti fenomena ini, melalui konten ini penulis ingin mengetahui bagaimana resepsi khalayak terutama bagi seorang mahasiswa kedokteran tentang konten edukasi kesehatan oleh kanal Youtube Sepulang Sekolah.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil dari latar belakang penelitian di atas, maka penulis ingin memaparkan rumusan masalah, Bagaimana pemaknaan mahasiswa kedokteran terkait informasi edukasi kesehatan yang terkandung dalam konten “Kenapa Makin



Banyak Anak Muda Kena Kanker? Hati-hati Begadang! Tak Terhindarkan? | LearningbyGoogling” oleh kanal YouTube Sepulang Sekolah.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana mahasiswa kedokteran dalam memaknai isi pesan yang disampaikan dalam konten “Kenapa Makin Banyak Anak Muda Kena Kanker? Hati-hati Begadang! Tak Terhindarkan? | LearningbyGoogling” oleh kanal Youtube Sepulang Sekolah.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis.

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan terhadap bagaimana media sosial bekerja, membantu mengembangkan penelitian terkait analisis resepsi serta memberikan gambaran bagaimana terpaan konten terhadap audiensnya.
- b. Penelitian ini diharapkan bahwa temuan pada penelitian ini bisa menjadi gambaran bagi peneliti selanjutnya terkait analisis resepsi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Manfaat dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Mahasiswa kedokteran dalam memaknai pesan informasi kesehatan di youtube “Kenapa Makin Banyak Anak Muda Kena Kanker? Hati-hati Begadang! Tak Terhindarkan? | LearningbyGoogling” oleh Sepulang Sekolah.
- b. Hasil dari penelitian ini diharap bisa jadi masukan dan bahan evaluasi bagi Kanal Youtube Sepulang Sekolah terkait penyajian konten dan penentuan tema.