

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kajian Teori

1. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk sedangkan media sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Media sosial merupakan salah satu media online yang dapat digunakan sebagai salah satu bentuk komunikasi berbasis teknologi yang berupa web dan dapat menjadi komunikasi menjadi suatu dialog yang interaktif. Media sosial juga dapat digunakan sebagai alat atau media pelantara oleh seseorang yang kemudian disebut sebagai komunikator yang digunakan untuk memberikan informasi atau bisa juga berupa pesan baik secara langsung ataupun secara tidak langsung misalnya dapat dilakukan melalui radio, televisi, koran ataupun media elektronik lainnya. Media sosial juga membebaskan para penggunanya untuk membuat page personal mereka kemudian dapat menjalin suatu pertemanan secara daring untuk sekedar berkomunikasi ataupun berbagi informasi. Menurut Kotler dan Keller dalam Rahadi (2017) juga menyebutkan bahwa media sosial merupakan suatu media yang digunakan oleh konsumen untuk dapat berbagi teks, gambar, suara, serta video yang berupa informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa. Pendapat tersebut didukung pernyataan Carr dan Hayes dalam Rahadi, (2017) juga menyebutkan bahwa media sosial adalah media yang berbasis internet serta memungkinkan penggunanya untuk berkesempatan saling berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika maupun tertunda, dengan banyaknya khalayak luas maupun tidak serta dengan mendorong nilai dari pengguna konten tersebut dan persepsi interaksi dengan orang lain. Media sosial digunakan secara sekala besar oleh seluruh lapisan masyarakat baik bisnis, politik, media, periklanan, polisi, dan layanan gawat darurat.

Media sosial juga telah menjadi kunci untuk dapat memprovokasi pemikiran dan tindakan seputar isu-isu sosial. “Media sosial menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti *Social Media Maintenance*, *Social Media Endorsement* dan *Social Media Activation*. Oleh karena itu, Sosial Media kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh *Digital Agency*” (Cahyono, 2016). Media sosial adalah suatu alat yang berbasis internet untuk dapat menjangkau jaringan yang luas sehingga semua sektor dapat menjalin sebuah komunikasi dan berbagi informasi melalui jejaring sosial yang tersedia seperti Facebook, Twitter, Blog, Instagram, *YouTube* dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan masing-masing penggunanya.

b. Sejarah Media Sosial

Media sosial telah mengalami banyak perkembangan yang signifikan dalam perjalannya perkembangan ini terjadi seiring dengan mudahnya mengakses internet oleh seluruh kalangan dan golongan masyarakat, penggunaan media sosial yang semakin beragam ini membuat media sosial ini menjadi lebih menarik dan membuat sebagian orang menjadikan penggunaan media sosial ini sebagai gaya hidup dan menghabiskan sebagian waktunya dengan dunia *online* atau daring dan sering kali disebut dengan dunia maya. Semakin cepatnya media sosial ini dapat diakses maka telah mengakibatkan terjadinya fenomena besar yang bersumber dari media sosial baik di negara yang sudah maju maupun di negara yang masih berkembang termasuk di Indonesia, media sosial atau media *online* ini juga perlahan-lahan menggantikan peranan media masa yang konvensional seperti koran dan majalah dalam penyebaran berbagai informasi dan berita.

Dalam perkembangannya media sosial banyak dipenuhi berbagai macam jenisnya dengan berbagai kegunaan dan keunggulan aplikasi yang ditawarkan pada awal tahun 2000 aplikasi Friendster menjadi aplikasi yang paling merajai media sosial pada masanya karena Friendster menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh semua orang termasuk anak muda untuk melakukan berbagai aktifitas di sosial media karena dalam media sosial ini kita dapat membuka ruang diskusi terbuka hingga dapat dijadikan lapak untuk berjualan. Seiring dengan berjalannya perkembangan dalam media sosial sekarang ini sudah banyak aplikasi

lainnya yang digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Tumblr, *YouTube* dan lain sebagainya.

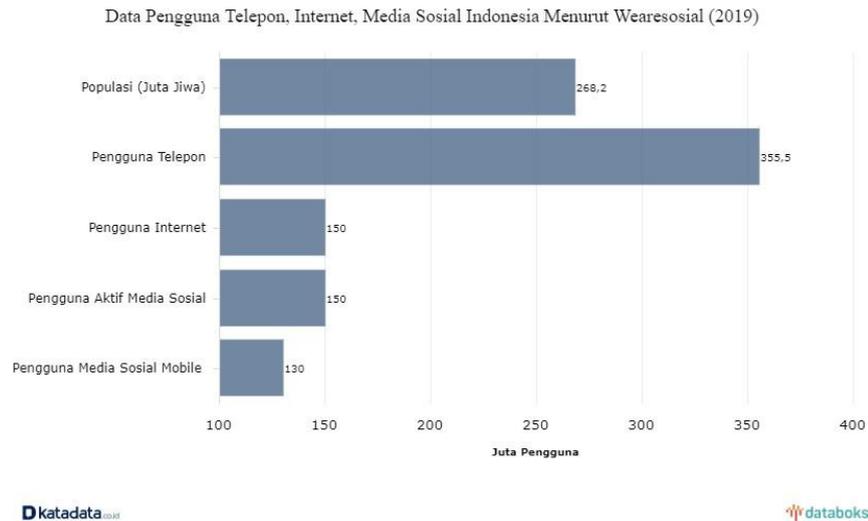
Dalam sejarahnya media sosial sebenarnya sudah sudah mulai ada dengan diawali sekitar tahun 70-an dimana ditemukannya suatu sistem papan buletin yang dapat memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang yang jaraknya jauh dengan menggunakan surat elektronik dan dapat mengunggah serta mengunduh perangkat lunak, namun semua ini dilakukan masih hanya dengan menggunakan suatu saluran telepon yang dapat terhubung dengan modem. Lalu sekitar pada tahun 1995 mulai lahirlah situs-situs seperti GeoCities, GeoCities merupakan media sosial yang melayani web hosting atau merupakan layanan yang menyediakan penyewaan penyimpanan data-data website agar website tersebut dapat diakses dari manapun dan dimana pun GeoCities juga merupakan salah satu tonggak awal berdirinya website-website yang kemudian banyak bermunculan.

Kemudian pada tahun 1997 sampai dengan tahun 1999 mulai muncul sosial media pertama yaitu adalah Sixdegree.com dan Classmates.com. bukan hanya itu saja, di tahun yang sama muncul juga situs yang dapat membuat blog pribadi, yaitu Blogger. Dalam ini menawarkan para penggunanya untuk dapat membuat halaman situsnya sendiri dan dapat menentukan sendiri apa yang menjadi konten dalam halamannya. Sehingga para pengguna dari media sosial Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun sesuai dengan keinginan. Lalu pada tahun 2002 Friendster menjadi salah satu sosial media yang sangat terkenal sehingga kehadiran Friendster sempat menjadi sangat fenomenal pada masa itu. Setelah masa Friendster ini pada tahun 2003 hingga saat ini mulai banyak bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai macam fungsi, kegunaan, karakter dan kelebihan masing-masing seperti LinkedIn, Facebook, Twitter, Whatsapp, Tumblr, *YouTube*, Path dan lain sebagainya yang dijadikan gaya hidup bagi sebagian masyarakat sesuai dengan apa yang mereka sukai.

Di Indonesia sendiri penggunaan media sosial ini cukup tinggi berdasarkan hasil riset *Wearesosial Hootsuite* yang dirilis pada Januari 2019 bahwa di Indonesia pengguna media sosial mencapai 150 juta orang atau sekitar 56% dari populasi orang di Indonesia angka tersebut meningkat sekitar 20% dari hasil riset yang dilakukan oleh *Wearesosial Hootsuite* yaitu pengguna media

sosial sekitar 36% dari populasi orang di Indonesia. Dan penggunaan media sosial *mobile (gadget)* mencapai 130 juta orang atau kurang lebih 48% dari populasi orang di Indonesia.

Gambar 2. 1
Penggunaan media sosial di Indonesia

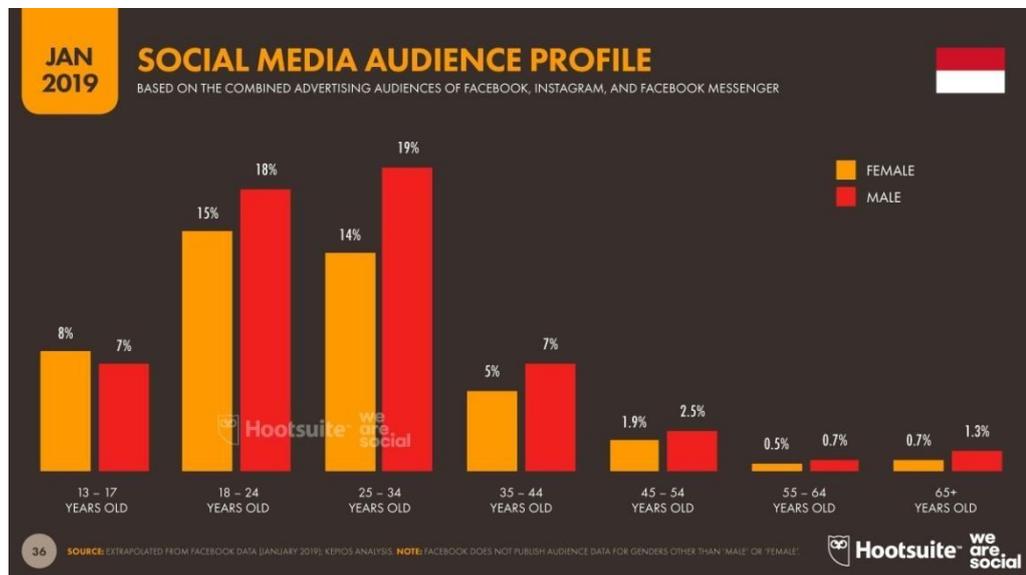


(sumber : databoks.Katadata.co.id)

Dari hasil riset tersebut menunjukkan bahwa di Indonesia dapat dikatakan bahwa pengguna seluruh pengguna internet mengakses media sosial. Media sosial sendiri beragam seperti Twitter, Whatsaap, Line, Tumblr, *YouTube* dan lain sebagainya.

Di Indonesia sendiri penggunaan media sosial di akses oleh berbagai kalangan dan usia bahkan dari anak-anak sampai orangtua semakin mudahnya mengakses internet makan semakin mudah juga untuk menagkses media sosial ini banyaknya penggunaan media sosial tesebut membuat orang terlalu bergantung pada sosial media yang ada, salah satu statistik yang diunggah oleh *Wearesosial Hootsuite* pada Januari menunjukkan pengguna media sosial di Indonesia dalam berbagai usia dimulai dari usia 13 tahun hingga usia lebih dari 65 tahun yang terdiri dari laki-laki dan perempuan

Gambar 2. 2
Usia pengguna media sosial di Indonesia



(sumber : databoks.Katadata.co.id)

Dalam statistik tersebut diambil dari pengguna media sosial Facebook, Instagram dan Facebook Messenger di Indonesia yang ternyata pada usia 25 sampai 34 tahun paling banyak menggunakan media sosial tersebut dengan jumlah 19% untuk laki-laki sedangkan pada perempuan pada usia 18-24 tahun paling banyak menggunakan media sosial tersebut dengan presentase 18%.

c. Jenis Media Sosial

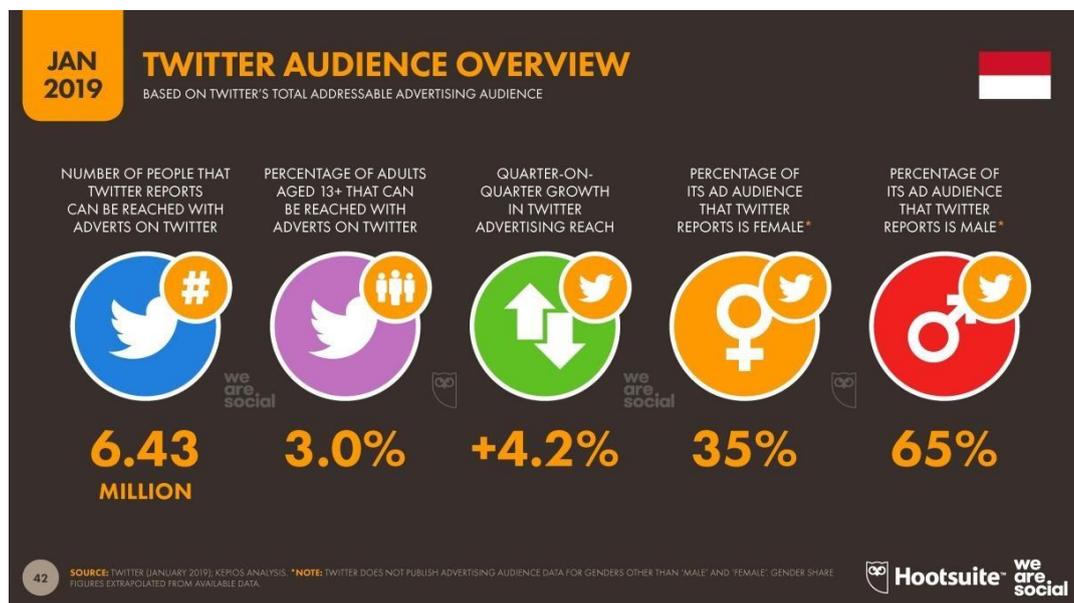
Karena perkembangan media sosial semakin meningkat maka tentu saja dalam kemajuannya menimbulkan banyaknya media sosial yang terbaru maka untuk memudahkan pengelompokan media sosial yang begitu banyak dibagi menjadi beberapa jenis menurut Kaplan dan Haenlein dalam Rahadi (2017) membagi berbagai jenis media sosial ke dalam 6 (enam) jenis, yaitu sebagai berikut :

- 1) *Collaborative Projects*, yaitu suatu media sosial yang dapat membuat suatu konten dan dalam pembuatannya konten tersebut dapat diakses khalayak secara global dimanapun. Salah satu media sosial yang termasuk kategori

dalam *Collaborative Projects* yaitu WIKI atau lebih dikenal dengan Wikipedia yang sekarang sangat populer di berbagai negara. *Collaborative Projects* ini dapat juga dimanfaatkan untuk mendukung suatu citra perusahaan, terlepas dari adanya pro-kontra soal kebenaran isi dalam materi situs tersebut.

- 2) *Blogs and Microblogs*, yaitu sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk membantu penggunanya menyajikan suatu tulisan secara runut dan rinci mengenai berita, opini, pengalaman, dan kegiatan sehari-hari, baik berupa dalam bentuk teks, gambar, video, ataupun merupakan gabungan dari ketiganya. Kedua aplikasi ini juga mempunyai peran yang begitu penting baik dalam penyampaian informasi serta pemasaran suatu produk. Melalui kedua aplikasi ini, para pengguna media ini dapat dengan leluasa mengiring opini masyarakat atau membuat pengguna internet untuk dapat lebih dekat dengan penulis tanpa harus bersusah payah dalam menyampaikan informasi dengan cara tatap muka. Salah satu media sosial yang termasuk dalam *Microblogs* yang banyak digunakan adalah Twitter, Twitter merupakan salah satu dari *microblogging* atau media berbasis blog yang didirikan pada tahun 2006 dalam media ini setiap pengguna dapat menulis dengan batasan jumlah karakter huruf pada setiap unggahannya pada awal munculnya media sosial ini Twitter membatasi karakternya hanya 140 karakter huruf pada setiap unggahannya yang kemudian pada tahun 2017 twitter resmi menambahkan batasan karakter menjadi 280 huruf pada setiap unggahannya. Twitter juga memberikan fitur lain untuk dapat membagikan status orang dan dengan adanya fitur trending di dalam twitter dapat digunakan untuk memantau apa saja yang paling sering dibicarakan oleh para pengguna Twitter. Di dalam Twitter ini juga banyak digunakan untuk membagikan informasi baik berita kesehatan, politik bahkan pendidikan juga hiburan bisa dengan mudah pada media *microblogging* ini.

Gambar 2. 3
Pengguna Twitter di Indonesia



(sumber : databoks.Katadata.co.id)

Dilansir dari *Wearesosial Hootsuite* yang dirilis pada Januari 2019 pengguna Twitter di Indonesia mencapai hampir 7 juta pengguna aktif dengan 35% pengguna merupakan perempuan dan 65% pengguna laki-laki dan Twitter juga menjadi salah satu media sosial yang paling aktif di Indonesia.

- 3) *Content Communities*, merupakan sebuah aplikasi yang bertujuan untuk dapat saling berbagi dengan orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung, dalam aplikasi ini pengguna dapat berbagi video dan foto. Sosial media ini juga dapat dimanfaatkan untuk mempublikasikan misalnya bentuk suatu kegiatan positif yang telah dilakukan oleh satu perusahaan, sehingga kegiatan tersebut dapat menjadi perhatian khalayak sehingga akhirnya akan membangun citra yang baik bagi perusahaan tersebut.
- 4) *Social Networking Sites* atau Situs Jejaring Sosial, merupakan salah satu situs yang dapat membantu seseorang dan pengguna internet membuat sebuah profil yang dapat menghubungkannya dengan pengguna lainnya dalam situs yang sama. Dalam situs jejaring sosial ini memungkinkan penggunanya untuk mengunggah hal-hal yang sifatnya pribadi seperti foto, video, koleksi tulisan,

serta dapat saling berhubungan secara pribadi tanpa diketahui banyak orang dengan pengguna lainnya melalui private pesan dan hanya bisa diakses serta diatur oleh pemilik akun tersebut. Situs jejaring sosial memiliki peran dalam hal membangun dan membentuk *brand image*, karena situs jejaring sosial ini memiliki sifat yang interaktif sehingga para penggunanya dapat dengan mudah mengirim serta menerima informasi, bahkan juga dapat digunakan untuk media komunikasi dan klarifikasi yang nyaman antara pemilik produk dan konsumennya. Beberapa media sosial yang termasuk dalam situs jejaring sosial yaitu :

- a) *Facebook*, merupakan media sosial berbentuk jejaring sosial (*social networking*). Jejaring sosial ini dapat berfungsi dan memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi dengan pengguna lainnya serta dapat berteman juga dapat memberi komentar dan berdiskusi di dalamnya. Seperti fitur yang diberikan oleh *Facebook* dimana dalam *Facebook* ini kita dapat menambahkan pertemanan, memberikan komentar pada status ataupun foto yang diunggah dan dapat berdiskusi serta membagikan informasi pada grup. *Facebook* juga menjadi media sosial paling populer dengan jumlah pengguna mencapai 130 juta akun yang dilansir dari *Wearesosial Hootsuite* pada Januari 2019 dengan pengguna dengan tingkat usia dari 13 tahun dan berdasarkan pada laki-laki dan perempuan.

Gambar 2. 4
Pengguna Facebook di Indonesia

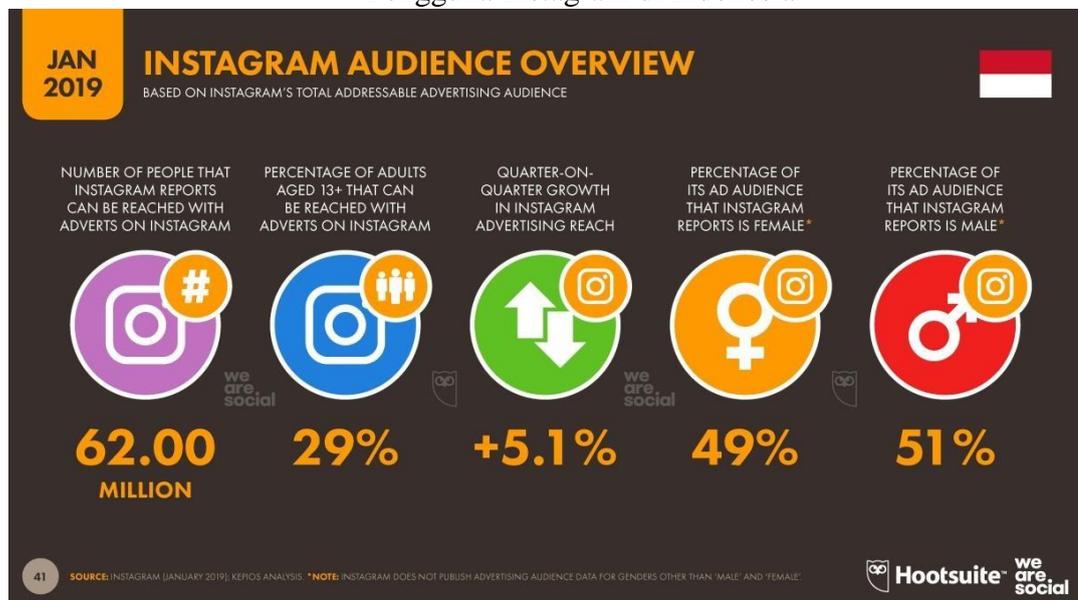


(sumber : databoks.Katadata.co.id)

Dalam data yang tertera pada gambar diatas pada Januari 2019 ada sekitar 130 juta pengguna *Facebook* di Indonesia dan sebanyak 61% orang dengan usia 13 tahun keatas yang mendapatkan iklan dari *Facebook* serta 44% penggunanya adalah perempuan dan 56% pengguna *Facebook* lainnya adalah laki-laki. Dengan demikian *Facebook* masih menjadi sangat populer dan penggunanya masih sangat banyak di Indonesia.

- b) *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang menyediakan fitur berbagi foto dan video pendek yang sangat populer bukan hanya di Indonesia tetapi juga di dunia dari seluruh pengguna media sosial di Indonesia 80% menggunakan media sosial *Instagram* ini media sosial *Instagram* ini bukan hanya menjadi media sosial yang dijadikan secara pribadi dari orang ke orang saja tetapi juga digunakan sebagai media komersial yang digunakan oleh beberapa orang seperti menjual berbagai macam produk, sebagai media iklan dan promosi. Sehingga media sosial *Instagram* ini dijadikan sebagai lahan untuk mencari keuntungan secara materi.

Gambar 2. 5
Pengguna *Instagram* di Indonesia



(sumber : databoks.Katadata.co.id)

Penggunaan *Instagram* di Indonesia mencapai 62 juta orang yang yang terdiri dari 49% perempuan dan 52% laki-laki dengan jumlah pengguna yang

demikian maka Instagram masih dapat dikatakan media sosial yang masih sangat aktif dan populer di Indonesia.

- c) *Virtual Game Worlds*, yaitu permainan *multiplayer* atau dimainkan oleh lebih dari satu orang secara bersamaan di mana ada ratusan pemain yang secara simultan dapat di dukung. Media sosial ini juga sangat mendukung karena dalam hal ini dapat menarik perhatian konsumen untuk diketahui lebih banyak dilihat dari desain grafis yang cukup mencolok serta permainan warna yang begitu menarik, sehingga permainan yang dilakukan terasa jauh lebih informatif juga interaktif.
- d) *Virtual Social Worlds*, merupakan aplikasi yang berupa sesuatu yang mensimulasi kehidupan nyata dalam internet. Aplikasi ini sangat memungkinkan penggunaanya berinteraksi dalam *platform* atau media tiga dimensi dengan menggunakan avatar yang bisa sangat mirip dengan kehidupan nyata. Aplikasi ini dapat membantu dalam menerapkan salah satu strategi pemasaran dan penyampaian suatu informasi secara lebih interaktif dan menarik.

2. *YouTube*

a. **Pengertian *YouTube***

YouTube merupakan salah satu *platform* dalam media sosial yang cukup besar pada masa ini karena *YouTube* memberikan tampilan yang menarik yaitu berupa tampilan dalam bentuk video yang dapat diakses pada kapan pun selain itu *YouTube* juga dapat membebaskan penggunaanya untuk mengunggah video mereka dengan bebas sesuai dengan apa yang mereka gemari dalam *YouTube* juga para pengguna dapat menyaksikan berbagai klip video, film serta cuplikan tayangan televisi. Dalam media sosial *YouTube* ini terdapat berbagai isi konten yang dapat menjadi pilihan untuk para penggunaanya seperti komedi, film, musik, permainan, tutorial, sitkom dan lain sebagainya. Karena berbagai keuntugan yang bisa didapatkan dalam media sosial ini maka *YouTube* tumbuh dan berkembang menjadi salah satu *platform* terbesar.

YouTube merupakan salah satu media baru yang berjenis *user generated content* atau dapat dikatakan sebagai media yang kontennya diciptakan oleh

pengguna *YouTube* itu sendiri. Situs *YouTube* menyediakan berbagai video digital yang sangat memungkinkan penggunaannya dapat melihat, mengunggah serta membagikan video, baik itu video music, klip acara televisi, iklan, serta video yang dibuat oleh penggunanya itu sendiri dengan bebas (Arofah, 2015). *YouTube* sendiri memiliki misi yaitu dapat memberikan kebebasan berpendapat pada penggunanya serta dapat menunjukkan dunia kepada setiap orang. *YouTube* juga menjadi salah satu dari bukti adanya pergeseran teknologi dimana yang pada awalnya media sosial hanya berbasis pada sumber bacaan atau hanya sebagai penyedia sumber bacaan menjadi dapat disajikan dalam bentuk virtual yaitu berupa video yang dapat membuat penggunanya lebih mudah memahami. *YouTube* memiliki beberapa nilai yang dalam menentukan sikap kebebasan yang ditentukan, yaitu :

- 1) Kebebasan berekspresi, dimana seseorang dapat berbicara dengan sesuai dengan pendapatnya serta mendapatkan dukungan serta kemungkinan-kemungkinan yang baru.
- 2) Kebebasan mendapatkan informasi, bahwa setiap orang berhak untuk mendapatkan informasi dengan mudah selain itu juga media video lebih berpeluang untuk seseorang mendapatkan pendidikan dan pemahaman akan dunia yang baru.
- 3) Kebebasan menggunakan peluang, bahwa setiap orang berhak memilih peluangnya sendiri untuk menentukan bisnis bahkan kesuksesan dan dapat menentukan apa saja yang akan menjadikan hal populer sesuai dengan yang mereka sukai
- 4) Kebebasan memiliki tempat berkarya, *YouTube* memberikan suatu tempat agar para penggunanya dapat mengekspresikan diri mereka melalui sebuah karya yang dapat diunggah dalam *YouTube*.

YouTube merupakan salah satu contoh yang sangat signifikan dari fenomena Web 2.0. *YouTube* yang tadinya didirikan oleh seorang karyawan PayPal pada tahun 2005 dan telah mengalami pertumbuhan yang sangat luar biasa untuk dapat menjadi salah satunya situs web yang termasuk teratas di Internet. Namun, pada tahun 2006 *YouTube* akhirnya menjual medianya kepada Google yang juga menandai untuk dimulainya upaya yang disengaja oleh manajemen

YouTube agar dapat konten mereka menjadi yang dibuat oleh entitas perusahaan untuk memperluas jangkauan komersial (Welbourne & Grant, 2016) .

Dalam *YouTube* sendiri yang merupakan media sosial berbasis video ini memiliki banyak fitur didalamnya selain fitur utamanya yaitu dapat mengunggah dan menggunakan video didalamnya secara gratis *YouTube* juga bisa mengunggah foto ataupun status didalamnya, karena kemudahan pengaksesan media *YouTube* ini maka di Indonesia saat ini *YouTube* menjadi media sosial pertama yang paling sering diakses. Selain itu *YouTube* juga memberikan hadiah berupa materi kepada para pembuat konten yang telah mengunggah videonya kedalam *YouTube* juga membebaskan penggunanya untuk memasang iklan didalam video tersebut agar dapat mendapatkan materi yang dihitung berdasarkan jumlah pengikut dan berdasarkan jumlah penonton yang menyaksikan video tersebut. *YouTube* sendiri karena perkembangannya akhirnya membuat beberapa produk yang dapat dinikmati oleh para penggunanya dengan segala fiturnya, yaitu:

- 1) *YouTube Go*, pada produk ini lebih menguntungkan daripada *YouTube* yang biasa karena dapat melihat pratinjau video terlebih dahulu sebelum kita memutuskan untuk menyaksikan video tersebut selain itu dapat menyimpan video dalam perangkat ponsel kita, serta dapat mengontrol penggunaan data internet sesuai dengan kebutuhan penggunanya.
- 2) *YouTube Kids*, yaitu aplikasi *YouTube* khusus untuk anak-anak dimana didalamnya hanya terdapat konten video yang cocok untuk anak-anak selain itu orangtua juga dapat menghubungkan akun *YouTube* ini dengan akun *YouTube* orangtuanya sehingga dapat dikontrol walaupun dari jarak jauh juga terdapat fitur pembelajaran bagi anak-anak seperti menggambar dan lain sebagainya.
- 3) *YouTube Musik*, dalam produk ini terdapat beberapa fitur yaitu berupa penjelajahan musik yang tidak dibatasi pengguna akan lebih mudah menemukan musik yang mereka sukai.
- 4) *YouTube Premium*, dalam produk ini dapat menikmati fitur *YouTube* yaitu pengguna dapat menikmati video tanpa adanya iklan selain itu video bisa

disimpan dan disaksikan apabila keadaan ponsel kita *offline* atau tidak terhubung ke dalam internet.

- 5) *YouTube* Studio, merupakan fitur dalam *YouTube* dimana penggunaannya dalam melihat data analistik tentang video yang telah diunggahnya seperti memiliki program studio tersendiri untuk setiap para penggunaannya.
- 6) *YouTube* TV, adalah produk dari *YouTube* yang dimana para penggunaannya dapat menyaksikan lebih dari 70 stasiun siaran televisi yang ada diberbagai negara yaitu siaran televisi hiburan, olahraga, musik hingga berita.

b. Sejarah *YouTube*

Dari awal mulanya *YouTube* ini muncul dan mulai tersedia sekitar tahun 2005 *YouTube* sudah sangat dengan cepat menjadi *platform* atau media berbasis video *online* yang dapat dikatakan sudah besar. *YouTube* mengalami sejarah yang dapat dikatakan tidak stabil karena nyatanya banyak diselingi oleh perubahan teknis pada *platform* ini, pembelian *YouTube* oleh Google, pengenalan periklanan, dan juga adanya ekspansi internasional, sebagai contohnya salah satu peristiwa eksternal yang memiliki efek cukup besar adalah adanya migrasi pengguna dari media sosial lain, acara politik, adanya tuntutan hukum hak cipta, adanya perubahan peraturan nasional dan internasional tentang teknologi internet, dan bahkan pemilihan Presiden Amerika Serikat semuanya telah dapat ikut dirasakan dengan berbagai cara oleh pengguna *YouTube* (Paolillo, Ghule, & Harper, 2019).

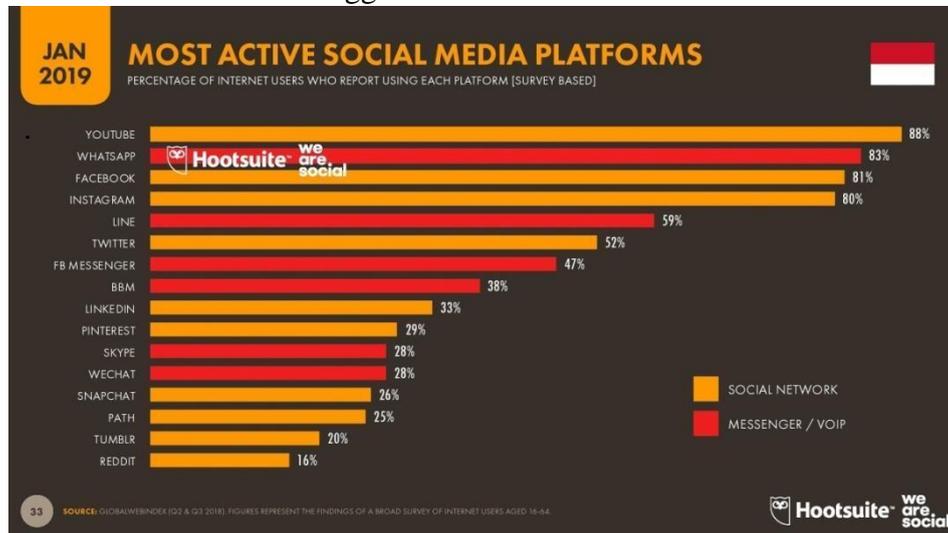
Situs pengunggahan *YouTube* lahir pada tahun 2005 yang merupakan titik awal dari situs ini didirikan oleh 3 (tiga) karyawan yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim yang merupakan salah satu perusahaan keuangan *online* yaitu PayPal di Amerika Serikat. Nama *YouTube* kemudian diambil karena terinspirasi dari sebuah nama kedai pizza dan restoran Jepang yang berada di San Mateo, California. Pada tahun 2006 Setahun sejak kelahirannya situs *YouTube* telah menjadi situs dengan pertumbuhan yang cepat. Dilihat dari diunggahnya video baru dalam *YouTube* sebanyak 65.000 dan hingga mencapai 100.000 video sampai bulan Juli 2006. Hal tersebut mampu menembus rekor dari 5 situs terpopuler yang berada di situs Alexa.com, bahkan jauh mengalahkan situs

MySpace.com dan pada bulan Juni 2006 Situs video *YouTube* bekerjasama untuk melakukan pemasaran dan periklanan dengan NBC.

Saat awal memasuki pasar internasional, Situs video *YouTube* tersebut telah di beli oleh Google dengan seharga nilai USD 1,65 Juta terjadi pada bulan Oktober 2006 saat inilah awal dari Situs video *YouTube* ini mulai berkembang dengan sangat pesat bahkan mencapai masa-masa yang sangat mapan di tingkat internasional. Pada awal masa ini Situs video *YouTube* mulai banyak mendapatkan berbagai penghargaan salah satunya mendapat penghargaan melalui majalah PC world serta mendapatkan julukan sebagai sembilan dari sepuluh produk terbaik yang ada pada tahun 2006. Dalam perkembangannya Situs video *YouTube* telah banyak bekerjasama dengan berbagai instansi baik itu swasta maupun pemerintahan diberbagai negara. Kemudian, pada tanggal 31 Maret 2010, *YouTube* resmi meluncurkan desain situs terbaru mereka dengan tujuan menyederhanakan tampilan dan dapat meningkatkan waktu dalam menghabiskan di situs ini oleh para penggunanya. Pada Mei 2010, *YouTube* dilaporkan telah melayani bahkan lebih dari dua miliar video per hari bahkan jumlah ini dianggap hampir dua kali lipat penonton di ketiga stasiun televisi terbesar di Amerika Serikat. Kemudian pada Mei 2011, *YouTube* telah melaporkan dalam sebuah blog perusahaannya bahwa *YouTube* kini menerima lebih dari tiga miliar pengunjung situs per hari dari para penggunanya. Bulan Januari 2012, *YouTube* telah menyatakan bahwa jumlah tersebut terus naik bahkan mencapai menjadi empat miliar kunjungan per hari dan pada bulan November 2011, jejaring sosial Google+ terhubung langsung dengan *YouTube* dan penjelajah web Chrome, sehingga video dalam *YouTube* bisa diakses dalam Google+. Lalu bulan Desember 2011, *YouTube* secara resmi meluncurkan tampilan baru kembali. Kanal video mulai ditampilkan pada kolom tengah yang terdapat pada halaman utama, sama seperti iklan pada situs-situs jejaring sosial yang ada serta diwaktu yang bersamaan mengeluarkan versi terbaru logo *YouTube* yang dipasang dengan bayangan warna merah yang lebih gelap. Dan inilah perubahan desain logo pertama mereka sejak Oktober tahun 2006. (Chandra, 2018). Perkembangan *YouTube* di Indonesia sendiri dapat dikatakan begitu meningkat karena kemudahan akses internet maka

akan lebih mudah juga dalam mengakses media sosial yang tersedia salah satunya *YouTube*.

Gambar 2. 6
Pengguna Media Sosial di Indonesia



(sumber : databoks.Katadata.co.id)

Karena kemudahan pengaksesan media *YouTube* ini maka di Indonesia saat ini *YouTube* menjadi media sosial pertama yang paling sering diakses. Di Indonesia sendiri *YouTube* diakses oleh 88% pengguna internet dari seluruh populasi saat ini, dengan demikian *YouTube* mengalahkan Facebook dalam hal ini sebagai media sosial paling populer di Indonesia.

c. Karakteristik *YouTube*

Menurut (Fatty Faiqah, . Muh. Nadjib, . Andi Subhan Amir, 2016) ada lima karakteristik media *YouTube* yang dapat membuat para penggunanya secara terus menerus menggunakan media ini diantaranya adalah :

- 1) Tidak adanya batasan waktu dan durasi dalam pengunggahan video hal tersebut yang akhirnya membedakan *YouTube* dengan aplikasi lain yang memiliki batasan minimal durasi waktu dalam pengunggahan video semisal instagram hanya satu menit sedangkan snapchat snapchat hanya 10 detik untuk satu videonya.
- 2) Sistem pengamanan *YouTube* yang terjamin dan akurat. *YouTube* sangat membatasi pengamanannya dengan cara tidak mengizinkan video yang diunggah para penggunanya mengandung sara, illegal, serta melakukan *copy*

right maka akan diberikan pertanyaan konfirmasi sebelum pengguna mengunggah video tersebut ke dalam akun *YouTube*nya.

- 3) Berbayar. Seperti yang sudah diketahui bahwa *YouTube* memberikan kepada siapapun yang akan mengunggah videonya ke *YouTube* dengan minimal mendapatkan 1000 penonton dalam video yang diunggahnya maka akun tersebut akan diberikan honorarium oleh pihak *YouTube* sebagai bentuk hadiah dan penghargaan.
- 4) Sistem *offline*. *YouTube* memiliki fitur terbaru bagi para pengguna untuk dapat menonton video dengan sistem *offline* atau ketika sedang tidak terhubung ke internet. sistem ini dirasa sangat memudahkan para pengguna untuk menyaksikan video yang disukai pada saat *offline* namun sebelumnya video tersebut dapat disaksikan secara *offline* terlebih dahulu harus diunduh terlebih dahulu.
- 5) Tersedia fitur editor yang sederhana. Pada saat menu awal akan suatu mengunggah video ke dalam *YouTube* maka pengguna akan ditawarkan untuk mengedit terlebih dahulu videonya. Menu tersebut yang ditawarkan berupa memotong video, memberi filter warna, dan juga dapat menambah efek perpindahan video apabila diperlukan.

3. Konten permainan dalam *YouTube*

Platform *YouTube* merupakan salah satu media dengan yang paling utama dan populer pada masa ini karena dapat berbagi video dengan memungkinkan penggunaannya menjadi pembuat konten untuk membuat konten dengan bebas yang sangat beragam dan dapat pula berkembang kepada para penontonya sejak tahun 2005. Berbagai konten yang tersedia mulai dari kecantikan, kompilasi, musik, film, cuplikan, dan *vlog* ternyata *YouTube* juga menjadi rumah bagi para pembuat konten permainan atau sering dikenal dengan konten *YouTube Gaming* selama beberapa tahun berdirinya konten ini sudah memiliki banyak pengikut dan penonton setianya, jenis konten ini juga sering disebut dengan *video game vlogger*. Adapun orang yang melakukan konten ini seringkali disebut dengan istilah *gamer* atau orang yang sering memainkan jenis permainan yang kemudian mengunggah permainannya kedalam platform *YouTube* ini.

Konten permainan dalam *YouTube* ini menjadi salah satu penghubung penikutnya dengan sang idola dimana dalam *platform* ini pengikut dapat memberi komentar, berdiskusi, menyukai video, berbagi dan dapat berlangganan sehingga ketika muncul video baru akan mendapatkan sebuah pemberitahuan. Pembuat konten ini dapat memungkinkan untuk para pengikutnya memasuki kehidupan mereka dan dapat berbagi mengenai masalah yang sedang dihadapi hal tersebut dapat menyebabkan sebuah ikatan antara pembuat konten permainan ini dengan para pengikutnya sehingga dapat terjadi seperti sebuah pertemanan jarak jauh hal tersebut lebih disukai dan dapat dikatakan mengagumkan daripada menjadi pengikut dalam konten atau *platform* yang lain. Mickles (2020) menyebutkan bahwa orang yang membuat konten ini juga seringkali memiliki pengaruh yang besar dalam membuat suatu opini tertentu dalam segala hal bagi para penontonya.

Beberapa alasan mengapa orang lebih memilih untuk menyaksikan video dalam *YouTube* (Petrova : 2017) yaitu :

- a. Untuk sebuah komunitas dimana dapat menjadikan seseorang merasa lebih besar dari dirinya sendiri karena dalam dunia konten permainan ini bisa menyambungkan seseorang dengan dunia baru yang lebih luas jangkauannya walaupun hanya terbatas pada suatu layar kaca namun hal tersebut juga merupakan hal yang menghibur dan menarik itu yang menyebabkan semakin banyaknya komunitas yang terbentuk dari konten permainan ini. Komunitas online ini memungkinkan para pembuat konten permainan ini berkumpul dengan sesama pembuat konten bahkan dengan para penontonya untuk meyakinkan sesuatu yang sangat mereka sukai. *YouTube* digunakan sebagai tempat untuk berkumpul bersama komunitas mereka.
- b. Untuk merasa diterima oleh dalam dunia permainan makan *YouTube* merupakan salah satu media terbaik agar konten permainan dapat diterima dan merubah stigma tentang konten permainan ini agar semakin banyak orang yang dapat menerima konten ini karena pada nyatanya semakin banyak penonton dan pembuat konten permainan ini dari segala kalangan dan usia dan datang dari semua lapisan dan garis masyarakat. Hal ini juga menjadi sangat berarti untuk para pembuat konten permainan perempuan yang dapat bertemu dengan sesama perempuan yang ternyata memiliki hal yang sama

dalam menyukai konten permainan dan dapat mempelajari permainan dari *YouTube*.

- c. Untuk bersenang-senang atau sekedar melarikan diri dari kebosanan dalam menjalankan aktifitas sehari-hari sama halnya seperti orang yang senang menonton film atau membaca novel orang yang menjadi penonton konten permainan ini semata-mata hanya untuk mencari hiburan yang akan membawa penonton seperti sedang menikmati ke dalam permainan yang sedang dimainkan oleh sang kreator.
- d. Adanya keinginan untuk meningkatkan kemampuan dalam bermain permainan yang sedang disenangi ataupun untuk mempelajari keterampilan baru dalam permainan tertentu karena dalam menyaksikan konten permainan ini dapat dijadikan suatu pelajaran dalam memainkan suatu permainan yang sama terlebih karena pembuat konten permainan ini kebanyakan merupakan pemain handal dalam suatu jenis permainan tertentu.

Video dalam *YouTube* yang kontennya dapat dibuat secara masal atau dibuat secara berulang adalah konten permainan karena dalam satu jenis permainan yang sama dapat dibuat videonya oleh beberapa orang sehingga itu dapat dikatakan konten yang sama dibuat secara masal tanpa adanya peniruan dalam konten tersebut karena pada nyatanya siapapun dapat memainkan jenis permainan tersebut dan siapapun dapat mengunggahnya pada *YouTube*. Menurut Kurpiel & English (2017) bahwa video konten permainan dalam *YouTube* adalah video tempat vloggers memainkan suatu permainan lalu kemudian video tersebut diunggahnya ke dalam *YouTube*. Biasanya, sebagian besar layar ditempati oleh permainan itu sendiri, sedangkan kreator terlihat hanya masuk dalam bingkai persegi yang lebih kecil di sudut atas atau bawah bahkan terkadang hanya suara kreator yang bisa didengar dan tidak ada gambar tersedia, dan terkadang ada lebih dari satu pemain dalam satu video tersebut.

Konten permainan dalam *YouTube* ini merupakan salah satu konten yang tersedia dalam media *YouTube* dimana seseorang sedang memainkan sebuah permainan digital yang kemudian direkam dalam bentuk video lalu diunggah ke dalam *YouTube*, konten permainan dalam *YouTube* ini semakin besar dan memiliki banyak penonton yang tidak terbatas pada lapisan apapun baik dari wilayah, usia,

pekerjaan bahkan dalam konten permainan dalam *YouTube* ini juga tidak hanya berpatokan pada laki-laki saja tetapi perempuan juga baik yang membuat konten permainan ini ataupun yang hanya sekedar menjadi penonton dan pengikut saja.

4. Pendidikan Moral

Pendidikan merupakan suatu proses kegiatan yang dijadikan tempat untuk dapat meningkatkan sebuah kualitas dari sumber daya manusia. Di Indonesia sendiri salah satu faktor untuk keberhasilan pendidikan adalah dengan terwujudnya tujuan pembangunan nasional dalam bidang pendidikan yaitu dapat mencerdaskan kehidupan bangsa. Tujuan pendidikan di Indonesia disebutkan pada Undang-Undang Nomor. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional ayat 3 menyatakan “Pendidikan Nasional bertujuan untuk mengembangkan kemampuan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab”. Dengan demikian pendidikan memegang peran penting dalam mewujudkan cita-cita bangsa serta untuk mengembangkan kualitas manusia agar mampu bersaing. Dalam melaksanakan sistem pendidikan bukan hanya untuk mendidik manusia secara ilmu pengetahuannya saja tetapi juga mendidik manusia untuk bisa bersikap dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai moral dalam masyarakat serta membentuk manusia agar dapat membedakan antara suatu tindakan yang baik dan benar. Pendidikan moral adalah salah satu upaya pendekatan yang dianggap sebagai suatu gerakan utama dalam pendidikan nilai secara komprehensif. Pendidikan moral juga mencakup sikap, pengetahuan, keterampilan, kasih sayang yang kemudian hal tersebut disebut dengan istilah bermoral. Adapun tujuan utama pendidikan moral yaitu untuk dapat menghasilkan individu yang mampu memahami tentang nilai-nilai moral dan menunjukkan komitmen untuk berperilaku konsisten sesuai dengan nilai-nilai tersebut dan menunjukkan sikap kesadaran moral.

Kesadaran moral merupakan salah satu faktor penting yang dapat memungkinkan tindakan manusia untuk selalu bermoral dan berperilaku susila, serta pada setiap tindakannya akan selalu sesuai dengan nilai norma yang berlaku tersebut. Kesadaran moral disadari pada nilai-nilai yang sangat esensial dan fundamental. Seseorang yang berperilaku sesuai dengan kesadaran moral, akan selalu bertindak sebagaimana seharusnya hal tersebut direalisasikan baik kapan saja dan di mana saja. Walaupun sedang tidak ada orang yang memperhatikan, tindakan bermoral tersebut akan tetap dilakukan karena tindakannya dilakukan atas dasar kesadaran bukan karena adanya suatu keterpaksaan tetapi didasarkan pada kesadaran moral tersebut. Menurut Von Magnis (dalam Zubair, 1995, hlm.

54) menyebutkan ada tiga unsur dalam kesadaran moral, yaitu :

- a. Perasaan wajib, atau suatu keharusan untuk melakukan suatu tindakan yang bermoral itu ada, serta hal tersebut terjadi dalam setiap hati manusia, baik pada siapa pun, kapan pun dan di manapun kewajiban dalam menjalankan sikap kesadaran moral tidak dapat ditawar karena dalam konsep suatu kewajiban kalau tidak dilaksanakan dengan patuh maka berarti dapat dikatakan sebagai pelanggaran moral itu sendiri. Rasa wajib tersebut menunjukkan bahwa suara batin manusia harus tetap ditaati. Norma moral juga dibedakan oleh norma-norma yang lainnya karena norma moral disertai dengan kewajiban yang mutlak dalam melaksanakannya.
- b. Rasional, dalam kesadaran moral ini berlaku umum dan terbuka terhadap suatu penyangkalan maupun pembenaran. Hal ini dapat dikatakan sebagai suatu hal yang objektif dan dapat bersifat universal, dalam kata lain dapat disetujui yang berlaku setiap waktu dan pada setiap tempat bagi semua orang yang berada dalam situasi dan kondisi yang sama. Rasionalitas ini merupakan suatu kesadaran manusia dan suatu keyakinan manusia terhadap moral dan dapat memiliki pendapat yang sama mengenai masalah moral, asal manusia dapat bebas dari tekanan maupun paksaan, tidak hanya mencari keuntungan dari diri sendiri, tidak memihak, bersedia bertindak yang sesuai dengan kaidah dan aturan yang berlaku untuk umum.
- c. Kebebasan, dalam menjalankan kesadaran moral setiap orang bebas dalam mentaatinya dan bebas dalam menentukan sikap dan perilakunya tetapi dalam

menentukan hal tersebut menunjukkan adanya nilai-nilai manusia yang ditaatinya itu sendiri.

Dalam pendidikan moral yang dilaksanakan di sekolah memiliki peranan yang penting karena sekolah merupakan salah satu bagian dari lembaga pendidikan formal dimana bertugas untuk dapat mempersiapkan sumber daya manusia berkualitas. Sekolah tidak hanya bertugas untuk meningkatkan kemampuan pada aspek pengetahuannya (kognitif) saja tetapi juga pada aspek afektif (sikap) dan aspek psikomotoriknya pun perlu ditingkatkan. Karena akan menjadi suatu ketimpangan ketika hanya memiliki suatu kemampuan dalam bidang kognitif tetapi harus adanya pengembangan sikap afektif dan psikomotorik agar timbulnya sumber daya manusia yang bermoral dan berkualitas apabila terjadi suatu ketidakseimbangan pada salah satu aspek saja maka akan mempengaruhi pola sikap dan perilaku orang tersebut dan akan terjadinya pelanggaran-pelanggaran pada aturan dan nilai-nilai moral dalam masyarakat. Hal tersebut nyata nya sudah menjadi fenomena yang sudah terjadi pada masa ini banyaknya pelanggaran nilai moral pada remaja terutama yang masih termasuk pada golongan peserta didik dimana sikap dan perilakunya yang menunjukkan bahwa adanya penurunan nilai moral. Hal ini dapat terjadi karena adanya ketidakseimbangan antara aspek-aspek pendidikan yang diberikan atau kurang maksimal dalam memberikan pendidikan moral pada peserta didik atau karena adanya pengaruh dari lingkungan masyarakat, hal tersebut dapat mengakibatkan perilaku menyimpang yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moral.

Perilaku menyimpang merupakan suatu perilaku yang dilakukan oleh seseorang apabila hal tersebut dianggap oleh sebagian besar masyarakat atau minimal dalam suatu kelompok tertentu merupakan tindakan atau perilaku tersebut di luar dari adat istiadat, aturan, kebiasaan serta nilai dan norma yang berlaku untuk suatu lingkungan tersebut. Menurut Narwoko & Suyanto (2007, hlm.

101) melihat secara umum perilaku menyimpang dapat digolongkan sebagai berikut

:

- a Suatu tindakan yang *nonconform*, merupakan suatu tindakan yang menyimpang dan tidak sesuai dalam nilai serta norma yang ada dalam masyarakat. Sebagai contoh tindakan *nonconform* misalnya memakai pakaian

yang tidak sesuai dengan tempat dan waktu seperti mahasiswa yang mengenakan sandal saat kuliah ataupun ketempat yang formal, peninggalkan kelas saat pelajaran, menitip absen, merokok pada tempat yang sudah jelas dilarang merokok serta membuang sampah bukan pada tempatnya.

- b. Tindakan antisosial atau disebut asosial, suatu sikap yang ditandai dengan melawan kebiasaan dalam masyarakat atau suatu kepentingan umum. Contoh dalam tindakan ini adalah seperti menarik diri dari masyarakat dan pergaulan, tidak mau berteman dengan orang lain, ada kecenderungan untuk melakukan bunuh diri, mengkonsumsi minuman keras dan narkoba serta obat-obatan yang berbahaya, terlibat dalam pergaulan prostitusi, adanya suatu kecenderungan penyimpangan secara seksual (lesbianisme dan homoseksual) serta sebagainya.
- c. Tindakan-tindakan yang tergolong kriminal, yaitu merupakan suatu tindakan yang secara nyata telah melanggar aturan hukum yang tertulis serta dapat mengancam jiwa juga keselamatan orang lain. Contoh tindakan kriminal yang sering terjadi adalah dalam masyarakat adalah pembunuhan, korupsi, pencurian, perkosaan, perampokan dan bentuk tindak kejahatan yang lainnya. Hal tersebut baik yang tercatat dalam kepolisian ataupun yang tidak tercatat dalam kepolisian karena tidak adanya laporan dari masyarakat namun dirasa dapat mengancam rasa aman masyarakat.

Gambaran mengenai moral seperti yang dikatakan Sjarkawi (2006, hlm. 28) moral merupakan bagian dari seorang anak yang dapat mewujudkan kepribadiannya. Dilihat dari beberapa pengertiannya moral ini juga memiliki peranan yang sangat penting dalam menjalankan kehidupan manusia, berhubungan dengan perilaku dan sikap baik atau buruk manusia, maka dari itu perilaku seseorang harus diarahkan pada tindakan yang bermoral sesuai dengan norma yang berlaku dalam masyarakat. Menurut Sjarkawi (2006, hlm. 38) “Pendidikan moral bertujuan membina terbentuknya perilaku moral yang baik bagi setiap orang”. Bahwa pada artinya pendidikan moral bukan hanya untuk dipahami dan dimengerti secara materi saja tetapi harus diikuti oleh penerapannya sendiri dengan bantuan dari segala aspek seperti orang tua, masyarakat dan para pendidik agar sikap dan perilaku anak dapat sesuai dengan nilai-nilai moral.

Pembelajaran moral dilakukan dengan gabungan antara model pembelajaran di dalam pengajaran dan model di luar pembelajaran yang memeluarkan adanya kerja sama antara pihak sekolah dengan pihak dari luar sekolah. Kelebihannya adalah dapat semua pengajar dapat saling bekerja sama dan dapat belajar dari pihak lain untuk lebih memperlajari perkembangan peserta didik. Kelemahannya adalah menuntut untuk adanya banyak pihak sehingga memerlukan waktu yang lama, biaya yang tidak sedikit, dan perlu adanya satu pemahaman yang sama terlebih apabila perlunya banyak kordinasi dengan pihak dari luar sekolah. Menurut Astri Budingsih C (2004, Hlm. 2-3) Apapun model pembelajaran moral yang digunakan oleh sekolah diperlukan adanya komitmen oleh berbagai pihak baik antara pendidik, pengelola sekolah serta orang tua agar pendidikan moral dapat diberikan sesuai dengan karakteristik peserta didik dan kondisi sekolah.

Pendidikan moral juga dapat dikatakan sebagai suatu pembelajaran menggunakan pendekatan secara komperhensif dan dilakukan dengan kondusif dengan melihat berbagai aspek seperti lingkungan rumah serta masyarakat juga tentu melihat lingkungan sekolah selain itu juga perlu memperhatikan tentang seluruh aspek dalam semua pihak dan partisipan yang terlibat dalam melaksanakan pendidikan moral ini. Pendidikan moral ini juga perlu disosialisasikan kepada pihak-pihak pelaksana seperti pendidik, kepala sekolah, peserta didik, orang tua dan pihak-pihak yang memiliki peranan utama. Pendidikan moral juga perlu memperhatikan aspek latar belakang peserta didik yang termasuk dalam proses pembelajaran pendidikan moral ini. Pelaksanaan pendidikan moral ini tidak dapat berlangsung dengan waktu yang sebentar tetapi perlu adanya proses yang berangsur-angsur dan dilakukan dalam jangka waktu yang cukup lama dan terus menerus pembelajaran moral juga harus direalisasikan dalam bentuk pembelajaran yang mudah baik di sekolah ataupun di masyarakat. Karena moral sendiri biasanya berupa bentuk ajaran atau wejangan, baik itu dijadikan suatu patokan dan peraturan baik yang berbentuk tertulis maupun tidak tertulis dimana menjelaskan tentang bagaimana manusia itu harus hidup serta bertindak dengan baik. Dalam pendidikan moral seringkali berhubungan dengan

etika, etika merupakan suatu ilmu pengetahuan yang didalamnya membahas mengenai prinsip-prinsip suatu moralitas (Kaelan, 2001, hlm. 180).

Menurut Barrow (2007, hlm. 166) menyatakan "*A morally educated person understands the nature of morality and is committed to the standards and norms implicit in moral inquiry (such as consistency and truth)*" bahwa orang yang berpendidikan moral mengerti tentang bagaimana nilai-nilai moral dan memiliki komitmen pada nilai-nilai moral tersebut serta konsisten terhadap kebenaran tersebut. Menurut Zuriah (2008, hlm. 36) pendidikan memiliki beberapa tujuan diantaranya adalah :

- a. Agar mampu mengenali nilai-nilai dalam budi pekerti di berbagai lingkungan seperti keluarga, nasional maupun internasional melalui sebuah hukum maupun adat istiadat
- b. Anak dapat mengembangkan sikap, watak serta kebiasaan dengan penuh konsisten dalam menjalankan budi pekerti ditengah tidak stabilnya kehidupan dalam masyarakat pada masa ini
- c. Agar anak bisa menghadapi suatu masalah dan menyelesaikan masalah dengan rasional agar dapat menentukan jawaban yang terbaik dengan berbagai pertimbangan sesuai dengan nilai dan norma budi pekerti
- d. Anak mampu menggunakan pengetahuan budi pekerti dengan baik dan benar dalam membentuk kesadaran serta tingkah dan perilaku yang akan berguna serta memiliki nilai tanggung jawab.

Dalam pendidikan moral bertujuan untuk dapat meningkatkan pola pikir moral pada anak dan memiliki kemampuan dalam mempertahankan nilai moral yang berlaku di masyarakat. Peserta didik diharapkan mampu untuk mengambil keputusan yang rasional dan tepat dalam setiap pilihan yang akan menjadi pengaruh. Pendidikan moral perlu dilaksanakan dalam rangka untuk dapat mengembangkan rasa empati dan sikap yang menunjukkan rasa empati tersebut kepada orang lain. Dalam konsep moral sendiri memiliki kaidah dasar yang menurut Zubair (1995, hlm. 72) dibagi menjadi berikut :

- a. Kaidah sikap baik, yaitu memiliki maksud bahwa setiap orang harus bertindak baik agar dapat memaksimalkan kemungkinan adanya kelebihan dari suatu tindakan yang baik dibandingkan dengan akibat yang buruk dalam

suatu perbuatan. Kaidah ini dapat berlaku apabila dapat menerima suatu kaidah yang lebih mendasar lagi yaitu harus berbuat baik dan mencegah sesuatu yang buruk. Harapan secara idealnya kita dapat menghasilkan sesuatu yang baik dan tidak menghasilkan sama sekali sesuatu yang kurang baik atau buruk, namun hal tersebut jarang memungkinkan maka lebih baik meminimalisir hal-hal yang buruk. Pada dasarnya setiap orang harus bersikap dengan baik (kecuali apabila adanya suatu alasan khusus) melakukan sesuatu baik artinya tidak memandang hanya dari sesuatu tersebut dapat berguna bagi dirinya sendiri tetapi juga harus memperhatikan keadaan dan situasi yang konkrit pada situasi dan kondisi tersebut.

- b. Kaidah keadilan, keadilan dimaksudkan dapat membagikan sesuatu yang buruk dan sesuatu yang baik. Dalam hal ini keadilan yang dibicarakan adalah apabila ada dua orang dengan sifat yang cukup mirip dan situasi serta kondisi yang mirip namun menerima perlakuan yang berbeda yang satu diperlakukan dengan baik dari orang lain, yang satu diperlakukan dengan buruk. Ciri-ciri yang cukup relevan dalam mempertimbangkan moral adalah untuk memberikan pembenaran terhadap perlakuan yang sama, dan memberikan pembenaran yang tidak sama atau ciri-ciri tersebut dapat memberi pengaruh terhadap kebahagiaan manusia. Dalam menentukan sebuah kebahagiaan manusia dapat terlihat dari kemampuan dan kebutuhan dalam dua hal tersebut merupakan salah satu ciri yang dapat memberikan pembenaran terhadap suatu perlakuan yang berbeda tersebut.

Pendidikan moral yang diberikan tidak bisa berjalan dengan waktu yang singkat dan dengan capaian hasil yang diinginkan dengan sangat mudah begitu pula dengan pelanggaran terhadap nilai moral tidak mungkin terjadi karena kebiasaan dalam waktu yang singkat karena terdapat sebuah proses yang disadari ataupun tidak disadari menjadi sebuah pengaruh yang besar terhadap kemampuan anak menerapkan nilai-nilai moral yang ada sehingga perkembangan moral anak dapat berjalan dengan baik. Menurut Yusuf (2010, hlm. 34) ada beberapa cara yang bisa dilakukan dalam perkembangan moral anak agar dapat berlangsung, yaitu :

- a. Pendidikan secara langsung, yaitu memulai untuk menanamkan nilai-nilai yang baik dan buruk ataupun benar dan salah secara langsung baik oleh

pendidik, orangtua atau orang yang dewasa, selain hal tersebut hal yang terpenting dalam memberikan pendidikan moral ini perlu adanya orang yang menjadi teladan agar anak dapat mencontoh perilaku yang baik dan benar.

- b. Melakukan identifikasi dalam hal ini anak akan meniru dan mencontoh penampilan serta perilaku dari orang yang dijadikan idola bisa orangtua, pemuka agama, guru, artis atau lainnya
- c. Suatu proses coba-coba yaitu dapat dengan cara mengembangkan suatu nilai yang dianggap benar sehingga diberikan suatu pujian hal tersebut bisa sering dilakukan dan menghilangkan perilaku buruk yang dapat mengakibatkan adanya suatu hukuman proses ini juga dapat dikatakan sebagai proses *trial and error*.

Pendidikan moral diperlukan untuk dapat melakukan perkembangan pola sikap dan perilaku seseorang sesuai dengan sesuatu yang dikehendaki oleh masyarakat. Kehendak tersebut dapat berwujud sebuah moralitas serta kesusilaan yang didalamnya berisi nilai-nilai kehidupan yang berlaku dalam masyarakat tersebut. Karena adanya dua yaitu suatu nilai-nilai serta adanya kehidupan nyata, maka dari itu pendidikan moral membahas lebih banyak mengenai masalah dilema yang dimana hal tersebut berguna dalam mengambil suatu keputusan moral yang terbaik bagi diri sendiri ataupun bagi masyarakat. (Zuriah, 2008, hlm. 18).

Jadi pada dasarnya pendidikan moral merupakan upaya yang diberikan oleh berbagai pihak baik pendidik, orangtua maupun pihak lainnya untuk dapat memberikan penalaran kepada anak mengenai apa suatu tindakan yang baik dan buruk serta benar dan salah dalam menjalankan kehidupan di masyarakat. Pendidikan moral juga diperlukan agar anak dapat memberikan pilihan yang terbaik dan rasional dalam menentukan kehidupannya, mampu memberikan empati kepada orang lain, dan dapat menentukan jalan keluar yang bertanggung jawab apabila sedang terjebak dalam suatu masalah. Pendidikan moral juga dapat terwujud apabila adanya kerjasama dari berbagai pihak dengan sebuah pemahaman yang sama apabila tidak dalam pemahaman yang sama akan terjadinya suatu ketidakseimbangan dalam memberikan pendidikan moral. Baik dalam lingkungan masyarakat, keluarga, dan terutama para pihak sekolah

pembelajaran moral bukan hanya dilakukan dalam suatu bentuk materi pembelajaran tetapi juga dalam bentuk contoh secara nyata yang berarti setiap aspek pendidik harus menunjukkan sikap yang bermoral agar dijadikan panutan untuk peserta didik.

Pada Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan dalam pembelajarannya memiliki peran untuk menjadikan peserta didik yang bermoral serta berkarakter dan sesuai nilai-nilai dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan memiliki suatu dimensi dan hal tersebut tidak dapat dilepaskan dari aspek-aspek dalam pembentukan moralitas warga negara terutama dalam hal ini adalah peserta didik. Dalam penelitian ini mengkaji pengaruh konten permainan dalam *YouTube* yang dapat mengakibatkan peserta didik bertindak tidak sesuai dengan nilai-nilai moralitas seperti penggunaan bahasa kasar dan gaya hidup yang tidak sesuai maka perlu ditinjau dalam segi pendidikan moral yang dalam hal ini merupakan bagian dari pembelajaran pada Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan untuk membentuk peserta didik yang memiliki moralitas.

B. Penelitian Terdahulu

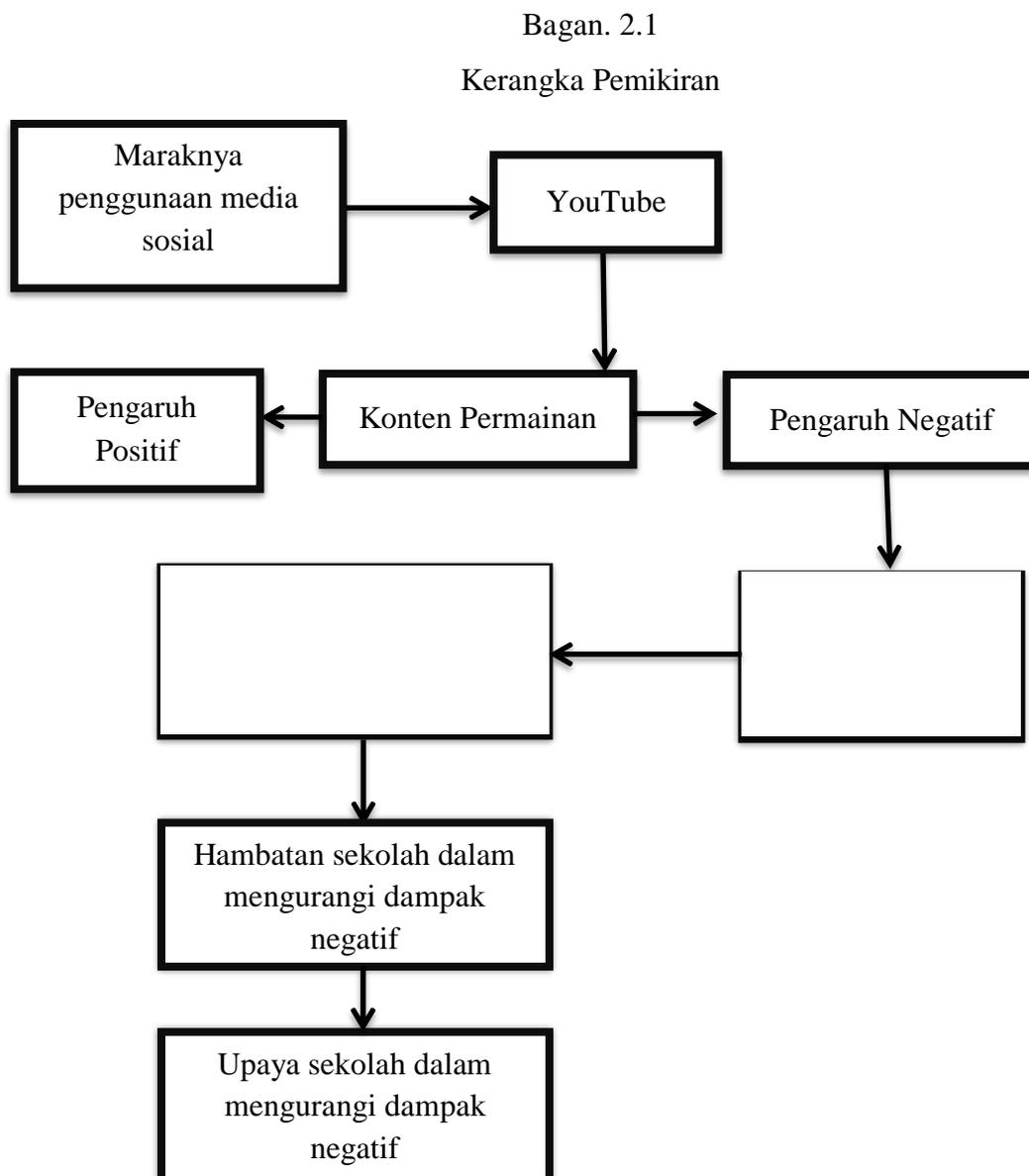
Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian tersebut dijadikan suatu acuan bagi penulis dalam memperkaya kajian dan teori. Referensi yang diambil melihat dari judul penelitian yang terlihat cukup relevan untuk memperkaya bahan kajian dan teori yang diambil dari sebuah skripsi atau jurnal diantaranya :

1. Djamali&Latifah. 2016 dengan judul jurnal, *Pengaruh Media Sosial YouTube Terhadap Perkembangan Moral Siswa Kelas Viii Di Mts Negeri Kalibaru Semester Genap Tahun Pelajaran 2015 – 2016*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial *YouTube* memberikan pengaruh terhadap perkembangan moral siswa disekolah dengan berbagai tayangan dan konten yang terdapat dalam media sosial *YouTube* dan dengan berbagai tayangan yang ada dalam media sosial *YouTube* adanya pengaruh positif terhadap perkembangan moral siswa di sekolah.

2. Mawaddah. 2018 dengan judul skripsi, *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun YouTube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat keseringan atau instensitas seseorang dalam menyaksikan dan menonton tayangan dapat memberikan pengaruh pada perilaku seseorang sehari-hari apabila menonton tayangan secara berulang-ulang dan dalam jangka waktu yang lama maka akan dapat menyerap mengenai isi tayangan konten yang ditontonnya, menyaksikan sebuah video bisa menjadi suatu hiburan dan sarana informasi bagi seseorang tergantung pada isi video tersebut dalam penelitian ini ketika responden menunjukkan ketertarikan pada tayangan Reza maka akan terus menaruh perhatian pada tayangan video tersebut. Penonton mulai mengingat apa yang mereka saksikan seperti tingkah laku, isi, kata-kata dan bahasa yang digunakan oleh Reza terutama pada perilaku atau kata-kata yang dirasa asing bagi anak yang terakhir adalah perilaku Reza dalam videonya ditiru atau diimitasi oleh anak yang sering menyaksikan video Reza terutama penggunaan bahasa kasar dalam bahasa sehari-hari yang sering dilontarkan oleh Reza dalam videonya.
3. Herwindo. 2018 dengan judul jurnal, *Dampak Media Internet Terhadap Perilaku Siswa Kelas VIII Di SMPN 2 Kinali Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media yang digunakan siswa kelas VIII SMPN 2 Kinali dalam mengakses internet yaitu dengan telepon genggam atau *smartphone* sedangkan bagi siswa yang tidak memiliki telepon genggam bisa menikmati internet dengan pergi mengunjungi warnet, situs yang sering dikunjungi siswa SMPN 2 Kinali yaitu website sosial media seperti facebook, instagram, twitter dan *YouTube*, dampak media ini terhadap siswa bisa berdampak positif dan negatif tergantung dari cara menyikapi penggunaan internet tersebut contohnya saja siswa menirukan apa yang mereka lihat dari tayangan tayangan yang mereka lihat diinternet, tayangan yang tidak pantas untuk ditiru atau dibawa kelingkungan sekolah, serta memberikan pengaruh yang buruk bagi kesehatan, seperti sakit mata karena sering berhadapan langsung dengan layar monitor.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran sendiri merupakan suatu konsep pemikiran yang menjelaskan secara garis besar atau alur penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, adapun bagan kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



(sumber : diolah oleh peneliti)

Maraknya penggunaan media sosial pada kalangan peserta didik terutama dalam *YouTube* yang menyajikan konten permainan dan membawa dampak bagi peserta didik, dampak negatif yang ditimbulkan yaitu adanya perilaku peserta didik yang tidak sesuai dengan nilai moral hal tersebut berpengaruh kepada proses pendidikan moral terutama dalam mata pelajaran Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, sehingga mengetahui adanya hambatan yang dirasakan oleh sekolah dan upaya yang dilakukan untuk mengurangi dampak dari adanya fenomena konten permainan dalam *YouTube* terhadap pendidikan moral.