

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Film merupakan salah satu media massa yang memiliki peran sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk sarana hiburan, menampilkan sebuah cerita, musik, drama dan persembahan lainnya kepada masyarakat. Film dimulai pada akhir abad ke-19 sebagai kebaruan teknologi media massa. Film termasuk salah satu media komunikasi massa yang cukup efektif dalam menyampaikan sebuah informasi. Film merupakan bentuk media massa yang beragam dan dapat memberikan dampak tertentu bagi masyarakat. Film bisa menjadi media komersil dengan cara menjual hasil dalam bentuk suguhan cerita. Film sering dianggap sebagai bentuk seni yang menggabungkan gambar dan musik (Bruhn & Schirmmacher, n.d.). Film memiliki genre atau sebuah konsep yang digunakan dalam studi film dan teori film untuk menggambarkan kesamaan antara kelompok film berdasarkan estetika atau aspek sosial, kelembagaan, budaya, dan psikologis yang lebih luas (Bondebjerg, 2015). Film memiliki beberapa genre untuk mengklasifikasikan jenis cerita film, diantaranya adalah: petualangan, komedi, horror, romansa, dan lain-lain.

Menonton film merupakan kegiatan melihat atau memperhatikan tayangan sebuah film. Menonton film adalah salah satu kegiatan yang menyenangkan bagi kebanyakan orang karena film dianggap sebagai sarana untuk menghibur diri. Selain itu, menonton film juga memiliki beberapa manfaat seperti menghilangkan

stress, memotivasi diri, meningkatkan pengetahuan, memberikan inspirasi, dan lain-lain.

Seiring dengan pesatnya teknologi, menimbulkan banyaknya sarana komunikasi antarindividu yang hadir seperti komunikasi bermedia, komunikasi bermedia menggunakan media baru berbasis internet. Menurut McQuail (2010) menyatakan bahwa media baru merupakan teknologi yang digitalisasi dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai perangkat komunikasi. Perkembangan internet saat ini sudah menjadi bagian dari Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang harus dikuasai oleh masyarakat sekarang ini. Internet saat ini memiliki banyak aplikasi-aplikasi yang berhubungan dengan komunikasi seperti beberapa aplikasi media sosial, yaitu: Instagram, Twitter, Whatsapp, Line, dan YouTube.

Salah satu media baru yang saat ini diminati oleh banyak masyarakat adalah media sosial YouTube. YouTube adalah sebuah situs web berbagi video online yang didirikan oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karem pada tahun 2005. Pengguna YouTube dapat mengunggah, menonton, dan berbagi video konten secara gratis. Video-video yang diunggah dalam YouTube terdiri dari berbagai macam konten yang menarik seperti konten musik, pendidikan, vlog (*video blogging*), *gaming*, *prank*, dan konten *spoiler* film. Dari berbagai macam konten, terdapat sebuah konten yang unik dan baru sehingga menarik perhatian banyak pengguna YouTube, yaitu konten *spoiler* film.

Spoiler film adalah informasi mengenai gambar atau klip video yang mengambil dan mengantisipasi elemen plot tertentu. Menurut Hassoun (2013)

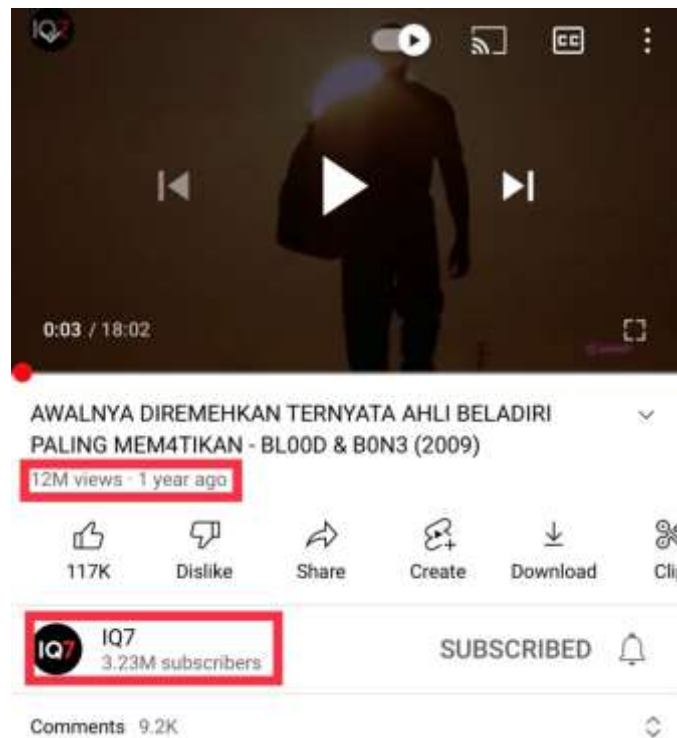
menyatakan bahwa *spoiler* adalah menyampaikan informasi penting yang belum waktunya disampaikan tentang sebuah narasi dan dapat merusak kesenangan orang. *Spoiler* film tidak hanya memasukkan informasi, *twist* (alur cerita yang dipelintir), bagian cerita yang seru, dan pengembangan plot, tetapi juga dapat merusak kenikmatan sebuah film. *Spoiler* film dapat ditemukan melalui media yang dapat diakses publik, biasanya di situs web, surat kabar, dalam ulasan film, atau media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube.

Fenomena konten *spoiler* film di YouTube sedang ramai dewasa ini. Adanya fenomena ini dikarenakan konten *spoiler* film menawarkan pilihan yang lebih efisien dari menonton film secara utuh, yaitu meringkas isi film lalu diceritakan kepada khalayak. Bagi sebagian orang yang penasaran ingin menonton film tapi tidak punya banyak waktu untuk menontonnya, konten *spoiler* film bisa menjadi pilihannya. Adapun yang menonton konten *spoiler* film untuk dijadikan referensi ketika bimbang menentukan film yang ingin ditonton.

Di sisi pihak yang memberikan *spoiler* film, konten *spoiler* film ini menjadi menarik untuk disebarluaskan karena pihak pemberi *spoiler* film ini menyadari bahwa adanya perkembangan zaman ini menyebabkan industri film juga mengalami perubahan dalam memasarkan dan cara mengonsumsinya. Tak hanya itu, mereka juga melihat film sebagai sebuah komoditas bisnis. Misalnya, mereka yang menyebarkan konten *spoiler* film-film dan diunggah ke sosial media seperti YouTube tentu mendapatkan uang dari *adsense* pihak YouTube. Keuntungan inilah yang akhirnya juga membuat mereka terus melakukan konten *spoiler* film.

diidentikan dengan Sunda. Beberapa video konten *channel* YouTube IQ7 pernah menyentuh angka jutaan penonton, bahkan ada yang sampai menembus dua belas juta penonton.

Gambar 1.1 Jumlah penonton



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=1>

Meskipun *spoiler* film dianggap dapat merusak kenikmatan dalam membaca, menonton, atau mendengar cerita, tidak menutup kemungkinan *spoiler* film justru bisa membangkitkan rasa penasaran untuk menonton filmnya. Christenfeld dan Leavitt (2011) pernah bereksperimen menggunakan cerita pendek dari genre yang berbeda dan informasi tekstual yang ditempatkan atau tidak ditempatkan secara berbeda pada isi cerita untuk memeriksa pelaksanaan eksperimen. Mereka menemukan bahwa cerita *spoiler* lebih disukai oleh subjek atau pembaca, karena *spoiler* menceritakan cerita yang belum terjamah atau terlihat. Lebih lanjut,

pembaca akan melihat konten *spoiler* ini melalui berbagai aspek seperti apa yang disampaikan oleh Rakhmat (2013) seperti kredibilitas, daya tarik, kekuasaan seorang Komunikator (kemampuan menjadi teladan) dan terkait isi kontennya, mulai dari apakah isi konten menarik perhatian pembaca, apakah isi konten *spoiler* dapat dimengerti hingga apakah isi konten *spoiler* tersebut dapat diterima.

Untuk melakukan suatu tindakan, tentunya harus melakukan pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan merupakan pemilihan tindakan dari berbagai pilihan untuk memecahkan persoalan yang sedang dihadapi. Menurut Terry (2003) menyatakan bahwa pengambilan keputusan merupakan pemilihan alternatif perilaku dari beberapa alternatif tindakan untuk menyelesaikan setiap persoalan yang terjadi dengan memilih satu tindakan diantara alternatif-alternatif yang memungkinkan.

Sebelum memutuskan akan menonton film atau tidak, biasanya sebagian orang akan melakukan pencarian informasi tentang film yang ingin ditonton seperti membaca ulasan pada situs web, menonton trailer film, membaca sinopsis, atau melihat *spoiler* di media sosial. Setelah menemukan informasi tentang film yang ingin ditonton, maka dilanjutkan dengan memilih keputusan akan menonton atau tidak menonton film, setelah mengambil keputusan dilakukan tindakan menonton atau tidak menonton film. Hal ini sejalan dengan proses pengambilan keputusan menurut Simon (1960). Proses pengambilan keputusan menurut Simon (1960) melalui 4 tahapan, yaitu: *Intelligence* (kecerdasan), *Design* (rancangan), *Choice* (pilihan) dan *Implementation* (pelaksanaan).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mencoba melakukan sebuah penelitian untuk mengkaji secara lebih mendalam terkait fenomena ini, sehingga ingin mengangkat penelitian berjudul **“Pengaruh Konten Spoiler Film di *channel* YouTube IQ 7 terhadap Keputusan Menonton film pada Penonton Channel YouTube IQ 7 di Jawa Barat”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka yang menjadi permasalahan utama penelitian ini adalah “Pengaruh Konten *Spoiler* Film di YouTube Terhadap Keputusan Menonton Film Pada Penonton *Channel* YouTube IQ7”. Peneliti tertarik untuk membahas konten *spoiler* film yang dibuat oleh channel YouTube IQ7 untuk keputusan menonton film pada penonton *channel* YouTube IQ7.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka peneliti menarik pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh kredibilitas pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
2. Seberapa besar pengaruh daya tarik pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
3. Seberapa besar pengaruh kekuasaan seorang komunikator pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?

4. Seberapa besar pengaruh isi konten menarik perhatian pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
5. Seberapa besar pengaruh isi konten dapat dimengerti pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
6. Seberapa besar pengaruh isi konten dapat diterima pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
7. Seberapa besar pengaruh konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ 7 terhadap keputusan menonton film?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kekuasaan seorang komunikator pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi konten menarik perhatian pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi konten dapat dimengerti pada konten spoiler film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi konten dapat diterima pada konten spoiler film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten spoiler film di channel YouTube IQ 7 terhadap keputusan menonton film.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini ditujukan untuk dapat memberi pengetahuan, masukan, dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya pada aspek komunikasi massa serta mengetahui sejauh mana penerapan teori-teori Ilmu Komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli dengan kenyataan yang ada di masyarakat.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pihak-pihak atau lembaga-lembaga yang ingin mengetahui bagaimana operasionalisasi terkini mengenai teori pada bidang media massa khususnya aspek media sosial dan *spoiler* film.