**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

Teknologi modern di masa milenialisasi menjadi salah satu kebutuhan konsumtif bagi sebagian masyarakat, kemudahan akses dan juga perubahan pola hidup yang berbeda menjadi salah satu ukuran tersendiri di masa saat ini, teknologi modern meliputi aktivitas kehidupan sehari-hari masyarakat seperti mencari informasi, berita, dan juga kebetuhan hiburan melalui beberapa aplikasi, adapun komunikasi yang terjalin secara tidak langsung secara online memberikan efektivitas serta kemudahan bagi masyarakat milenial.

Generasi Z menjadi salah satu generasi yang penting dalam kemajuan suatu Negara, semangat mereka dan pengetahuan mereka terhadap antusias dan kepekaan terhadap pemanfataan teknologi menjadi acuan yang sangat penting, perilaku generasi Z juga di masa kini kebanyakan dari mereka sebagian besar mengikuti inspirasi dan informasi yang mereka sukai dan dijadikan sebagai salah satu panutan dalam kehidupan mereka.

Gen Z dilahirkan dan dibesarkan dalam pengasuhan yang terlalu protektif di tengah kondisi dunia yang serba tidak menentu. Resesi ekonomi, transformasi digital, invasi di beberapa negara, bencana alam, dan juga wabah penyakit. Ini yang kemudian menyebabkan di masa dewasa, Z menjadi kurang toleran terhadap ambiguitas lingkungan karena masa kanak-kanak yang terlalu terlindungi. (Kemendikbud, diakses pada jam 11.12 tanggal 4 Mei 2024)

Reaksi tersebut menimbulkan aktivitas Gen Z yang seharusnya melakukan sosialisasi di lingkungan sebayanya menjadi minim waktu, pada masa beberapa tahun belakangan, secara komunikasi kebanyakan Gen Z sudah mulai

menggunakan smartphone dan melakukan komunikasi mereka dengan

menggunakan smartphonenya baik melalui *Whats App* maupun akun media hiburan saat ini seperti *Instagram* dan *TikTok*.

Metode pembelajaran juga mengalami perubahan yang cukup signifikan hingga saat ini masih sering dilakukan melalui pembelajaran yang bersifat *Hybrid* atau online melalui aplikasi *Gmeet* Maupun *Zmeet*. Banyaknya waktu luang yang dilakukan oleh generasi Z membuat mereka seringkali berselancar di dalam media hiburan.

Peneliti melakukan pra riset untuk memahami lebih dalam mengenai pola perilaku saat ini,, salah satunya adalah kebiasaan remaja saat ini apabila sedang makan selalu sambil menonton beberapa video seperti di *Youtube* ataupun sambil menonton *film* yang mereka sukai. Penggunaan internaet bagi usia remaja memanglah sudah menjadi budaya baru saat ini.

Internet dan sosial media dengan mudahnya dapat diakses oleh banyak kalangan, terutama di kalangan anak di bawah usia. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tingkat penetrasi Internet di Indonesia Menurut Usia pada periode 2021-2022 mencatat bahwa 62,43% merupakan berusia 5-12 tahun, 99,16% berusia 13-18 tahun dimana dapat dikatakatan mayoritas pengguna internet di dominasi oleh remaja. (Pahlevi, 2022).

Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%. Kemudian secara berurutan, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023. Berdasarkan gender, kontribusi penetrasi internet Indonesia banyak bersumber dari laki-laki 50,7% dan perempuan 49,1%. Sementara dari segi umur, orang yang berselancar di dunia maya ini mayoritas adalah Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%. Lalu, berusia generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%.

Kemudian berikutnya, Gen X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 18,98%, Post

Gen Z (kelahiran kurang dari 2023) sebanyak 9,17%, baby boomers (kelahiran

1946-1964) sebanyak 6,58% dan pre boomer (kelahiran 1945 sebanyak 0,24%. Sedangkan tingkat penetrasi pengguna internet berdasarkan wilayahnya, APJII menemukan daerah urban masih paling besar dengan kontribusi 69,5% dan daerah rural kontribusi 30,5%.



**Gambar 1.1**

**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia** *Sumber: DataIndonesia, 2023.*

*Research* yang ditemukan memperlihatkan peningkatan penggunaan internet yang sangat tinggi, adanya korelasi pada kaum remaja saat ini yang lebih menyukai pola gaya hidup dengan berselancar di internet lebih disenagi oleh mereka, namun tidak semua pemanfaatan kemudahan internet menghasilkan suatu hal yang positif.

Berdasarkan survey dari Newzoo pada tahun 2021 banyak milenial dan gen Z menyukai *video games* dam *game mobile* (Ahmad Teguh Fauzi, 2021). *Gamers* yang terlahir di tahun 1990an sampai sebelum 2010 merupakan generasi Z yang sangat senang dengan *video games*. Jumlah *gamers* dari generasi Z sebanyak 81%, sedangkan jumlah gamers dari generasi X sebanyak 60% dan jumlah *gamers Baby Boomers* sebanyak 42%.

Tidak cuma presentase, survey melihatkan generasi Z paling banyak menghabiskan waktu bermain game sampai 7 jam 20 menit dalam seminggu.

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan terdapat sebanyak 71% dari generasi Z dan generasi millenial sebanyak 67% yang suka bermain games serta menonton konten video games (Teguh. W., 2021). Survey tersebut bagi generasi Z dan millennial memandang *video game* menjadi salah satu kesenangan yang istimewa. Sudah awamnya bagi generasi muda yang menonton *video game* dan bermain game. Lantarannya, dengan adanya *game online* banyak anak muda yang bersaing sehingga muncul jiwa kompetitif sembari salah satu konten kreator game *pro player* dijadikan panutan.

Salah satu konten yang paling digemari di masyarakat ialah game, selain anakanak ataupun remaja yang senang bermain *game* melainkan orang dewasa pun dapat memainkannya dilihat dari situ bahwa *gamer* tidak dibatasi oleh usia (Fajri, L. I., Puspitasari, Y., Irfansyah, M. Z., Wijarko, T., & Rahmawati, 2022). Pada umumnya, konten *game* yang disajikan di *YouTube* berupa cara memainkan *game*

seperti tips dan triknya.

Perkembangan *game* yang semakin pesat membuat masyarakat tertarik dan ingin memainkannya. *Game* tidak hanya sebagai sarana komunikasi, game bisa juga untuk menghilangkan rasa lelah dan jenuh di saat waktu luang atau sesudah melakukan suatu kegiatan (Putri dkk, 2021). Dengan adanya beberapa fitur yang menarik dari *game* membuat orang menjadi menyukai dan memainkannya.

Terdapat sederetan *content creator gaming* Indonesia yang terkenal diantaranya ada Jess No Limit, Jonathan Liandi, Windah Basudara, XINNN, Oura Gaming, dan masih banyak lagi. Salah satu content *creator gaming* yang dijadikan anak muda sebagai panutan atau idola mereka adalah Eko Julianto atau yang biasa panggil Oura. *Channel YouTube Oura Gaming* memiliki unggahan 1.943 video yang telah ditonton lebih dari 1,62M dan memiliki 6,5 juta subscriber. Eko Julianto

(Oura) sudah membuat akun channel YouTube sejak tanggal 28 Agustus 2017 [(www.youtube.com/@OuraGaming)](http://www.youtube.com/@OuraGaming).

Oura lebih berfokus pada skill dan teknik serta *tips* dengan menggunkan keterampilan untuk menyelesaikan setiap misi yang di uji, terdapat perbedaan dari *content creator* Windah Basudara yang memainkan *streaming game online* sambil melakukan *reaction* dan juga komunikasi yang dilakukannya bersiaft lelucon sehingga digemari oleh beberapa kalangan remaja.

Remaja sekarang lebih suka menonton video kesukaannya di *YouTube* karena tayangan yang disajikan lebih beragam dan tidak perlu menunggu iklan yang memakan waktu. Salah satu tayangan yang digemari sebagai tontonan anak-anak hingga remaja masa kini adalah konten *gaming*. Target penonton dari konten atau *streaming YouTube* lebih merujuk pada generasi saat ini. Wibowo & Rusdi (2019:32) menjelaskan, Maraknya kalangan anak dibawah umur dengan rupa tontonan yang memiliki pengaruh buruk terhadap perilaku bahasa mereka.

Dalam konten *streaming* yang disebutkan, terdapat beberapa kekhasan variasi bahasa yang digunakan oleh *Youtuber gaming*. Berikut ini adalah beberapa poin penting yang terkait dengan variasi bahasa yang digunakan yang pertama umpatan dan kata-kata kotor, Dalam konten *streaming*, terdapat kekerasan verbal berupa umpatan dan kata-kata kotor yang diucapkan oleh *Youtuber gaming*, yang kedua Ketergantungan penonton hal ini mengakibatkan ketergantungan penonton terhadap tontonan yang dianggap sebagai hiburan, yang ketiga peminat konten, keanekaragaman minat terhadap konten atau *streaming* menyulitkan dalam menyaring konten yang sesuai untuk anak-anak dan orang dewasa.

*Reseacrh* kali ini peneliti akan membatasi pembahasan pada salah satu wilayah yang berada di Kota Cimahi, pola perilaku setiap remaja di wilayah tersebut berdasarkan riset secara non partisipan cukup memberikan perubahan pada tingkah laku mereka, khusunya dalam komunikasi yang dilakukan dengan orang dewasa memiliki nada dan etika yang tidak sesuai dengan usia mereka sehingga terkesan tidak sopan.

Kebanyakan tingkah laku dari remaja di wilayah Cimahi juga mulai berperilaku menjadi malas dan tidak melakukan sosialiasi yang seharusnya, kebanyakan dari mereka lebih memilih untuk menonton *streaming game online* maupun memainkan *game* yang mereka minati sehingga berdampak negatif dikemudian hari. Adapun salah satu peneliti yang membahas mengenai sikap atau perilaku masyarakat Cimahi terkait *game online*. (Azizan, 2016) Penelitian ini bertujuan untuk menjawab masalah yang ada terhadap dampak *game online* terhadap mental pada Gen Z di Kota Cimahi, faktor apa yang membuat hal itu berdampak dan solusi menghadapinya. Dampak fenomena tersebut kepada mereka yang aktif atau pasif dalam penggunaan *game online* berbeda atau tidak. Jenis *game* apa saja yang dimainkan Gen Z sehingga ada perubahan emosi dan mental yang buruk dan cara menghadapinya.

Setelah melakukan penjajakan secara artikel, pra riset dan juga beberapa ahli dan dukungan pada keyword pembahasan mengenai hubungan game *online* dan juga salah satu *content creator*, peneliti akan memfokuskan judul dalam penelitian

ini mengenai “**Hubungan Konten *Youtube* Windah Basudara Terhadap**

**Tingkah Laku (Studi Kuantitaif Pada Anak Remaja Di Kota Cimahi)**”

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang penelitian, diperoleh

identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan potensial konten *Youtube* Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi?
2. Apakah terdapat hubungan paraktis konten *Youtube* Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi?
3. Apakah terdapat hubungan informatif konten *Youtube* Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi?
4. Apakah terdapat hubungan Interaktif konten *Youtube* Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi?
5. Apakah terdapat hubungan *Shearable* konten *Youtube* Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi?
6. Apakah terdapat hubungan ekonomis konten *Youtube* Windah Basudra

terhadap tingkah laku remaja di Cimahi?

1. Apakah terdapat hubungan konten *Youtube* Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi?

**1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

**1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan pada identifikasi masalah, diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan potensial konten Youtube Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi.
2. Untuk mengetahui hubungan paraktis konten Youtube Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi.
3. Untuk mengetahui hubungan informatif konten Youtube Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi.
4. Untuk mengetahui hubungan Interaktif konten Youtube Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi.
5. Untuk mengetahui hubungan Shearable konten Youtube Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi.
6. Untuk mengetahui hubungan ekonomis konten Youtube Windah Basudra

terhadap tingkah laku remaja di Cimahi.

1. Untuk mengetahui hubungan konten Youtube Windah Basudra terhadap tingkah laku remaja di Cimahi.

**1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penulisan ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dan verifikatif, memiliki sifat teoritis namun tidak akan menolak manfaat praktis yang terdapat di dalam penelitian untuk mengatasi sebuah masalah. Penelitian ini juga diharapkan agar bermanfaat tidak hanya bagi peneliti tetapi bagi siapa saja yang membacanya.

**1. Kegunaan Teoritis**

Secara kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan bisa dipergunakan sebagai:

1. Memberikan sumbangan pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan umumnya dalam ilmu komunikasi.
2. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan tingkah laku khususnya pada media sosial *Youtube*. **2. Kegunaan Praktis**

Secara kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan bisa dipergunakan sebagai:

1. Memberikan kontribusi yang positif agar memberikan gambaran sebuah tulisan tentang Hubungan Konten *Youtube* Windah Basudara Terhadap tingkah laku.
2. Memberikan masukan kepada jurusan, kampus juga organisasi terhadap isu atau permasalahan yang terjadi.
3. Dapat menambah wawasan di bidang *Youtube* terutama dalam hal

*Streamer.*