

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi kian pesat. Digitalisasi dalam pekerjaan sangat diperlukan terutama di bidang komunikasi. Ilmu komunikasi pada zaman sekarang tidak hanya secara langsung tetapi diperlukan keahlian menguasai teknologi. Kecanggihan teknologi dan informasi sudah merajai di berbagai bidang kehidupan sehari-hari. Pendapat tersebut sesuai dengan Corbuzier. D., hlm.14 (2019) “Internet rasanya tidak bisa lepas dari kehidupan masa kini. Hampir semua kegiatan dalam kehidupan membutuhkan internet. Bisnis, pekerjaan, hobi, berkomunikasi, berkreasi dan sebagainya.” Maka dari itu kita tidak bisa jauh dari internet.

Pada zaman ini muncul profesi baru, diakibatkan karena kecanggihan teknologi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kusuma. Y dan Retno P. H., hlm. 211 (2022) “Konten kreator merupakan sebuah profesi baru yang muncul sebagai konsekuensi dari kecanggihan teknologi yang ada saat ini”. Content creator banyak diminati terutama anak muda. Sehingga banyak yang bermunculan menjadi *content creator* di *platform* digital.

Konten kreator biasanya memproduksi sebuah konten di platform digital, bisa berupa video, gambar, podcast, tulisan, digital art dan sebagainya. Produksi konten yang dilakukan oleh konten kreator ada yang memang dimaksudkan sebagai *branding* sebuah produk, tuntutan profesi, maupun sekedar menjaga eksistensi diri,

(Kusuma. Y dan Retno P. H., hlm. 211 2022). Biasanya profesi ini membuat sebuah konten yang disukai oleh *audience*. Konten yang dibuat biasanya bersifat edukasi dan menghibur. Sehingga, *content creator* bekerja di media sosial dengan memiliki jutaan penonton atau penggemar.

Setiap manusia diberkahi kreativitasnya masing-masing. Peluang menjadi *content creator* pada zaman sekarang semakin pesat sehingga fenomena digitalisasi ini sangat berpengaruh di segala bidang. Salah satunya adalah menyalurkan kreativitas di berbagai industri kreatif. Menurut Departemen Perdagangan RI tahun 2009, “Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri ini akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu.” Sehingga industri kreatif bisa menjadi peluang penghasilan bagi anak-anak muda kreatif untuk berkarya.

Sesuai paparan di atas, dengan berkembangnya teknologi yang begitu pesat tentu saja banyak sekali peluang untuk menyalurkan kreativitas yang bisa menjadi lahan penghasilan. Hampir semua orang telah merasakan hidup di dua dunia, dunia tersebut adalah dunia kehidupan nyata dan dunia maya. Dimana itu semua kita rasakan sehari-hari. Industri kreatif yang populer di Indonesia salah satunya adalah media *social Youtube*.

Penggelut di bidang konten media *social Youtube* disebut sebagai Youtuber. Profesi ini salah satu yang sangat didambakan generasi muda zaman ini. Pertama

kali video *YouTube* diunggah pada tanggal 23 April 2005, *co-founder YouTube*, Jawed Karim, di San Diego Zoo, (Corbuzier. D., hlm.2 tahun 2019). Awal video tersebut menjadi cikal bakal perkembangan *YouTube* di dunia. Sekarang video Youtube semakin beragam dan lengkap, dari mulai tutorial memasak, mengulas barang, vlog hingga konten yang dibutuhkan lainnya. Namun, saat ini *YouTube* bukan hanya sebuah situs, karena dengan Youtube, seseorang dapat menghasilkan uang (Sumber Penghasilan).

Perkembangan media sosial youtube, menjadikan orang berbondong-bondong membuat akun *Youtube* untuk dijadikan bisnis. Anak milenial tidak hanya bercita-cita menjadi seorang dokter, polisi, tentara, pilot, juru masak dan sebagainya, tetapi youtuber menjadi salah satu cita-cita pilihan. Bagaimana tidak menjadi cita-cita selain terkenal *Youtuber* (Orang yang berprofesi menjadi *content creator* di media sosial *Youtube*) juga bisa meraup penghasilan yang fantastis.

Pada zaman sekarang siapa yang tidak mau menjadi youtuber yang memiliki penghasilan besar. Menjadi *content creator* di Youtube bisa menjadi salah satu pilihan terutama menghasilkan uang dari hobi. Namun, masih banyak yang memandang sebelah mata pekerjaan menjadi *Youtuber*. Pandangan tersebut biasanya disebabkan sedikit orang tahu bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sumber penghasilan. Wawasan yang terbatas membuat orang-orang merasa kurang mengerti dan tidak percaya jika hobi, video kreatif, bisa menjadi sebuah sumber penghasilan.

Pada zaman sekarang siapa yang tidak mau menjadi youtuber yang memiliki penghasilan besar. Menjadi content creator di youtube bisa menjadi salah satu pilihan terutama menghasilkan uang dari hobi. Namun, masih banyak yang memandang sebelah mata pekerjaan menjadi *YouTuber*. Pandangan tersebut biasanya disebabkan sedikit orang tahu bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sumber penghasilan. Wawasan yang terbatas membuat orang-orang merasa kurang mengerti dan tidak percaya jika hobi, video kreatif, bisa menjadi sebuah sumber penghasilan.

Menurut Helianthusonfri.J. (hlm.135 tahun 2019) “untuk bisa bergabung di program tersebut, syarat utamanya adalah channelmu harus punya setidaknya 10.000 tayangan. Artinya, kalau mau memonetisasi saluran youtube dengan program ini, video-videomu harus sudah ditonton setidaknya 10.000 kali.” Dalam kata lain syarat menjadi youtuber agar dapat berpenghasilan yakni harus minimalnya 1000 subscriber dan 4000 jam tayang atau 240.000 menit waktu tonton selama satu tahun terakhir. Beberapa orang yang hendak memulai karirnya sebagai *content creator* merasa tidak percaya diri untuk memulai. Tekanan dan hal-hal persyaratan di sekelilingnya menjadi seseorang terhenti langkahnya.

Sehingga kurangnya wawasan mengenai penghasilan yang didapatkan oleh para *content creator* di media sosial *Youtube*, menghambat dukungan bagi orang-orang yang ingin terjun di industri kreatif. Banyak penolakan dan cacian di sekeliling mampu menghentikan langkah. Artinya permasalahan berikutnya ialah kurangnya motivasi untuk menjadi *content creator* pada media sosial *YouTobe*.

Content creator menjadi bagian dari strategi *marketing* berbagai jenis bisnis. Dari berbagai *skill* yang dibutuhkan untuk jadi seorang *content creator*, adalah *communication skill*. Umumnya, setiap lowongan diposisi *content creator*, *skill* yang sangat diutamakan adalah komunikasi. Memang keahlian berkomunikasi sangat dibutuhkan dan diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Sehingga, dapat disimpulkan, menjadi *content creator* erat kaitannya dengan ilmu komunikasi.

Fenomena media *social* youtube sebagai sumber penghasilan *content creator* sangat sesuai dengan unsur-unsur ilmu komunikasi yang dijelaskan oleh Mulyana, 2010, “Unsur-unsur menurut tersebut yakni komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek/dampak”. Pada unsur pertama dan kedua yakni komunikator dan pesan dibutuhkan keterampilan dalam menyampaikan sebuah informasi yang dimiliki oleh komunikan. Sehingga banyak yang tertarik dan berminat mendengarkan pesan yang disampaikan oleh komunikan. Selain unsur kesatu dan kedua, profesi *content creator* membutuhkan unsur yang ketiga yakni media. Media yang digunakan oleh profesi tersebut ialah media sosial, sesuai dengan pendapat Syahlan, 2021 pada jurnal Mutia Maeskina, M dan Hidayat, D hlm. 22 tahun 2022 “Hubungan virtual merupakan hubungan yang terjalin antara dua belah pihak maupun lebih melalui media komunikasi”. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa dibutuhkan media sebagai timbal balik dari sebuah komunikasi virtual.

Industri yang semakin berkembang pesat ini, secara tidak langsung menuntut ilmu komunikasi harus semakin berkembang. Meskipun teknologi sangatlah

berkembang pesat keterampilan dalam berkomunikasi tetap dibutuhkan dari masa ke masa, namun mengalami perkembangan juga. Ilmu ini memang tidak akan pernah habisnya karena ilmu ini didasari oleh kehidupan.

Pada penelitian ini peneliti akan membahas motif, tindakan dan makna dari penggunaan media youtube sebagai sumber penghasilan. Maka dari itu, saya akan melaksanakan penelitian dengan judul “Media Sosial Youtube sebagai Sumber Penghasilan *Content Creator* (Fenomenologi Kualitatif)”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka yang menjadi fokus utama peneliti dalam usulan penelitian ini adalah “Fenomena Penggunaan Media Sosial YouTube sebagai Sumber Penghasilan *Content Creator* (Studi Fenomenologi Kualitatif Youtuber Bandung)”.

1.3 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana motif masyarakat bandung ingin mencari sumber penghasilan dari youtube?
2. Bagaimana tindakan masyarakat bandung ingin mencari sumber penghasilan dari youtube?
3. Bagaimana makna penggunaan youtube sebagai sumber penghasilan masyarakat Bandung?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dan penelitian ini untuk menjawab semua pertanyaan yang sebagai masalah yang harus dicari gambarannya dan tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Bagaimana motif masyarakat bandung ingin mencari sumber penghasilan dari youtube?
2. Mengetahui Bagaimana motif masyarakat bandung ingin mencari sumber penghasilan dari youtube?
3. Mengetahui Bagaimana makna penggunaan youtube sebagai sumber penghasilan masyarakat bandung?

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan penelitian selanjutnya. Berikut manfaat yang akan didapatkan.

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan sebagai ilmu pengetahuan bagi setiap orang yang ingin dan sudah menjadi *content creator*.
- 2) Penelitian menghasilkan sebuah pemahaman dan mengenalkan bahwa *content creator* dapat menjadi sumber penghasilan.
- 3) Sebagai ilmu pengetahuan dalam mengetahui motif, tindakan dan makna dari penggunaan media youtube, sebagai sumber penghasilan di masyarakat Bandung.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis :

- a) Pengalaman berharga peneliti dalam memecahkan sebuah masalah.
- b) Pengalaman berharga dalam melatih meningkatkan kreativitas dan penyampaian pendapat dalam menyusun sebuah penelitian.

2) Bagi Pembaca :

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para seluruh *content creator*.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para seluruh masyarakat Bandung..
- c) Melalui penelitian yang dibuat oleh peneliti, diharapkan sebagai acuan motivasi menjadi seorang *content creator*.

3) Bagi Penelitian Selanjutnya :

- a) Peneliti berharap penelitian yang sudah disusun dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya.
- b) Peneli berharap penelitian yang sudah disusun dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.
- c) Peneliti berharap penelitian yang sudah dibuat dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya.