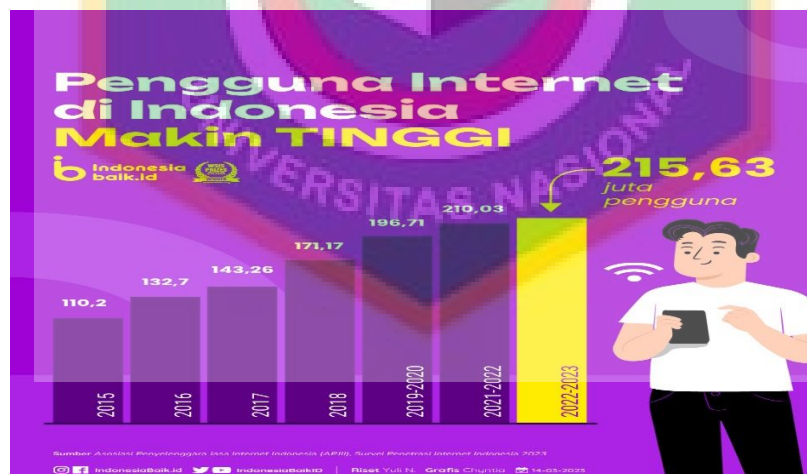


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini menghadirkan bantuan internet yang digunakan oleh masyarakat dari berbagai golongan. Internet digunakan untuk berkomunikasi, hiburan, menambah pengetahuan, mendapatkan informasi, dan lain-lain. Dengan berbagai fungsi yang dimiliki, kini pengguna Internet semakin bertambah, seperti halnya yang disampaikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau sering dikenal dengan APJII bahwa pengguna internet Indonesia pada akhir tahun 2022-2023 mencapai 215,63 juta orang.



**Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Di Indonesia.**

Berdasarkan jumlah diatas semakin meningkat yakni sebesar 2,6% dibandingka

periode sebelumnya yakni sebanyak 210,03 juta pengguna internet, setara dengan 78,19% dari total populasi penduduk Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan survei sebelumnya, maka tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17%, dibandingkan pada tahun 2021-2022 yakni sebesar 77,02%. Tren penetrasi di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada tahun 2019-2020.<sup>1</sup>

Perkembangan Internet yang semakin canggih mulai menggeser media lama karena dalam penyampaian informasi memakan waktu yang cukup lama untuk sampai ketelinga masyarakat, sehingga sekarang beralih ke media baru (*new media*) yaitu media sosial yang menggunakan berbagai aplikasi tersambung dengan internet seperti *chatting*, situs, email, *blog*, jejaring sosial, koran *online*, *Youtube*, facebook, instagram, twitter, Whats App, dan lain sebagainya. Media sosial memungkinkan pengguna serta komunitas untuk membuat, berkolaborasi dan mengedit konten pengguna. Mengutip dari Raka Denugrah, manfaat media sosial yaitu memberikan pengalaman yang banyak bagi pengguna, dimana pengguna berinteraksi dengan data yang dibuat secara dinamis dari masukan pengguna, pengguna dapat bertindak sebagai kontributor di dalam situs untuk memberikan ulasan dan komentar

---

<sup>1</sup>Finaka, Andean W, Yuli Nurhanisah. 2023. *Pengguna Internet Di Indonesia*. Diakses pada tanggal 02 April 2023. <<https://indonesiabaik.id/infografis/penggunainternetdiindonesiamakintinggi#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%2juta%20pengguna>>.

dan memungkinkan pengguna memilih serta menemukan informasi yang sesuai.<sup>2</sup> Media baru atau *new media* berfungsi sebagai media sosial yang berperan dalam proses penyebaran informasi secara cepat dan mudah diakses oleh masyarakat, media baru juga mempermudah adanya proses komunikasi.

Kini media sosial menjadi wadah dalam membranding individu atau perusahaan untuk mendapatkan suatu pandangan yang positif dimata orang lain. Keberadaan media sosial mendorong minat masyarakat untuk mempublikasikan ide dan opininya kepada publik. Kemampuan dan efisiensi yang ada pada media sosial menjadi pilihan masyarakat untuk menggunakannya dalam menyebar teks sosial serta sekaligus menjadikannya calon tunggal pemuas kebutuhan masyarakat dalam bersosial.

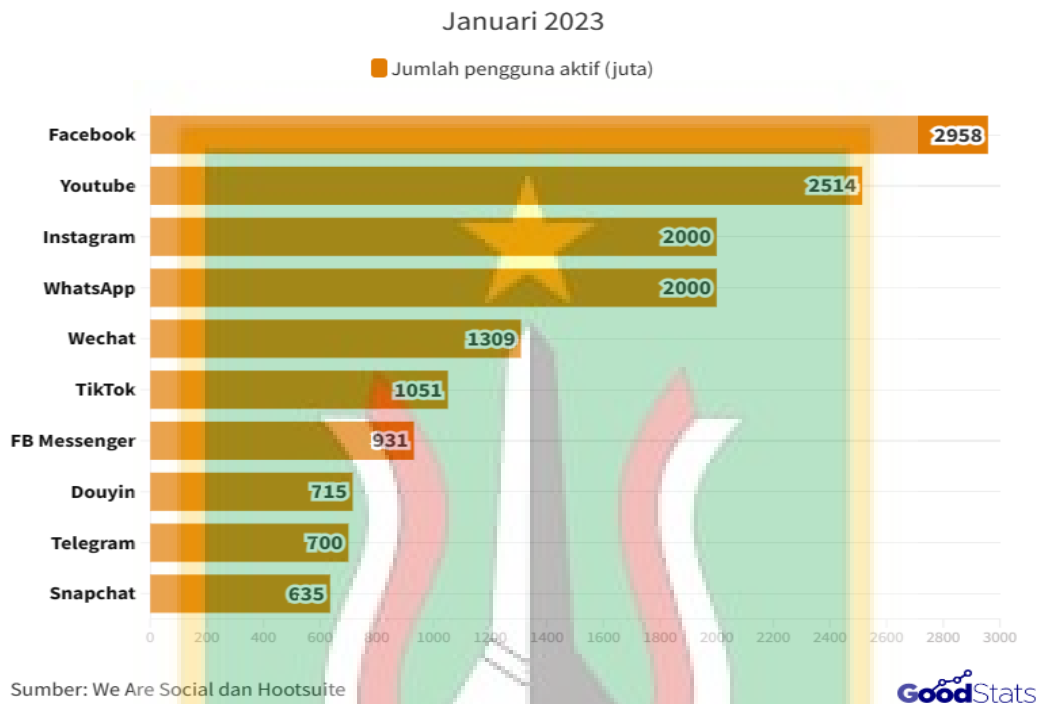
Hasil penelitian dari UNESCO menyimpulkan bahwa 4 dari 10 orang Indonesia aktif di media sosial. Berdasarkan laporan *We Are Social* menunjukkan, pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada bulan Januari 2023, setara dengan 60,4% dari populasi di tanah air.<sup>3</sup> Media sosial yang sangat populer dan banyak penggunanya diseluruh dunia adalah Youtube, yaitu situs berbagi video dimana pengguna video dapat mengunggah dan mengunduh, serta dapat mengikuti atau sering dikenal dengan *subscribe*

---

<sup>2</sup>Denugerah, Raka. 2016. Ekspresi Youtuber Akuroyan Melalui Konten Game Di Media Youtube. *Skripsi*, Bandung: Program S1 Ilmu Komunikasi (Universitas Komputer Indonesia).

<sup>3</sup>Widi, Shilvina. 2023. Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada Tahun 2023. Diakses pada tanggal 29 Maret 2023.<<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>>.

dari akun yang menjadi favorit pengguna. Selain itu, pengguna Youtube dapat menghasilkan uang dengan membuat konten-konten menarik didalamnya.



**Gambar 1.2 Data Platform Media Sosial Dengan Pengguna Aktif Terbanyak.**

Facebook adalah platform media sosial dengan pengguna aktif paling banyak yakni mencapai 2,9 miliar per bulan Januari 2023. Setelahnya adalah youtube dengan jumlah pengguna aktif yakni mencapai 2,2 miliar. Sedangkan, media sosial Instagram dan WhatsApp tercatat memiliki jumlah pengguna aktif yang setara atau seimbang, yakni sebesar 2 miliar pada bulan Januari 2023. Diikuti oleh jumlah pengguna aktif dari platform digital seperti Wechat dan TikTok dengan jumlah pengguna aktif masing-masing sebanyak 1,3 miliar dan 1 miliar. Adapun, media sosial TikTok menjuarai daftar platform media sosial yang paling

banyak digunakan berdasarkan waktu yang dihabiskan dengan rata-rata 23,5 jam/bulan, diikuti oleh platform media sosial Youtube dengan rata-rata waktu dihabiskan 23,1 jam/bulan.

Youtube termasuk salah satu platform media sosial yang banyak digemari oleh penggunanya. Youtube merupakan sebuah situs web berbagi. Youtube memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan mengunduh video. Namun dengan segala kemudahan dan banyaknya kegunaan melalui berbagai macam jenis video, Youtube juga dapat memberikan kerugian bagi penggunanya. Seperti banyaknya informasi yang belum tentu kebenarannya. Pengguna Youtube sebaiknya memperhatikan dan memilih dengan bijak terhadap apa yang dikonsumsi melalui Youtube. Pemanfaatan Youtube dapat digunakan dengan dengan mengunggah video-video yang menunjukkan bakat, hobi, atau pun kegiatan yang dapat memberikan hal dan informasi positif bagi pengguna lainnya. Saat ini konten video di Youtube yang banyak digemari masyarakat adalah *make up* tutorial, *traveling* video, *music* video, *cooking* video, dan film.

Youtube mempunyai karakter seperti media sosial lainnya untuk mengukur seberapa banyak pertemanan atau hubungan yang tersambung dan sangat terbuka terhadap komentar dan yang menyukai video pengguna lainnya. Untuk mengukur seberapa besar kegunaan dalam menggunakan Youtube dapat dilihat berdasarkan jumlah *subscribers* dan *viewers* yang dimiliki. *Subscribers* adalah pelanggan dari Youtube channel yang dimiliki setiap penggunanya. *Subscribers* akan secara otomatis mengetahui unggahan video terbaru oleh

Youtube channel yang mereka jadikan langganan karena mereka telah membunyikan lonceng notifikasi pada akun yang telah mereka subscribe. Dengan demikian, *subscribers* dapat dikatakan sebagai penonton setia pada setiap channel Youtube yang mereka *subscribe*.

Seiring banyaknya masyarakat yang menggunakan Youtube, semakin banyak konten yang dibuat oleh pengguna Youtube seperti video musik, berita, kuliner, informasi, gaming, gaya hidup, olahraga, film, vlog, dan lain sebagainya. Dari beragam platform media sosial, yang paling banyak dimainkan adalah Youtube, terutama untuk memutar musik.<sup>4</sup> Permintaan teratas untuk pencarian Youtube pada tahun 2021 adalah “lagu”. DJ, Dance, New Song, TikTok, dan karaoke juga masuk dalam daftar sepuluh besar pencarian Youtube. Video yang paling banyak ditonton di Youtube adalah video musik.<sup>5</sup>

Mengutip dari Muiz Aryantio, video musik adalah kumpulan gambar hidup (iklan, musik, dan sebagainya) yang akan ditayangkan lewat pesawat televisi atau layar bioskop, rekaman pendek adegan video biasa yang diambil dari rekaman video atau film yang lebih panjang.<sup>6</sup> Video musik yang diciptakan oleh musisi atau artis tanah air saat ini banyak menarik perhatian penonton. Video musik bermunculan di Indonesia pada era tahun 90-an sebagai cara untuk mempromosikan karya bermusik. Sampai saat ini dapat dikatakan video

---

<sup>4</sup> Yudhistira, Aria. 2023. Youtube, Medsos No. 1. Diakses pada tanggal 23 Maret 2023. <<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>>

<sup>5</sup> Mclachlan, Stacey. 2022. 23 Statistik Youtube Yang Penting Bagi Pemasar Di Tahun 2023. Diakses pada tanggal 28 Maret 2023. <<https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/>>.

<sup>6</sup> Aryantio, Muiz. 2014. Pembuatan Video Klip Band Indie ”Edo” Dengan Penggabungan Teknik Live Shoot dan Reverse Berjudul “The Prayer. *Skripsi*, Surabaya. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Teknik Komputer Surabaya.

musik itu sendiri masih memiliki kekuatan yang besar dalam mempromosikan karya bermusik.

Beberapa tahun belakangan ini banyak sekali penyanyi atau artis dan pengisi konten kreatif yang memanfaatkan Youtube sebagai wadah untuk eksistensi diri mereka, termasuk mereka yang menciptakan atau mempopulerkan lagu. Para artis atau penyanyi tersebut membuat video menggunakan lagu yang sesuai dengan tema si pemilik konten Youtube tersebut, mulai dari cover lagu sampai membuat video parodi. Beberapa tahun belakangan ini banyak sekali orang-orang biasa yang memiliki kemampuan menyanyi sehingga bisa meng-cover lagu artis, seperti Dimas Senopati, Felix Irwan, Cak Percil, Filla Talia, Yeni Inka, Vani Vabiola, Tri Suaka dan penyanyi-penyanyi cover lainnya.

Lebih dari itu, sekarang semakin banyak musisi baik musisi lama atau musisi baru yang ingin menjajal kemampuan bernyanyinya di industri musik tarik suara yang justru lebih memilih menggunakan Youtube sebagai media untuk mempromosikan lagunya. Beberapa tahun belakangan ini, sangat banyak musisi muda yang memiliki suara bagus dan menjadi artis tanah air karena karyanya yang dilihat dan mendapat respon positif dari pengguna di Youtube. Melalui hasil karya tersebut Youtube memberikan kontribusi berupa finansial yang sangat cukup untuk musisi atau artis yang berkarya di youtube dengan jumlah *subscribers* dan *viewers* yang banyak. Musisi-musisi baru yang memanfaatkan platform Youtube adalah Tri Suaka, Felix Irwan, Raim Laode, Mario G Klau, Nadim Amizah, Tiara Andini, Pamungkas, Fiersa Besari, termasuk Rio Adiwardhana.

Rio Adiwardhana, pria kelahiran Jakarta ini kian tersohor di blantika musikal tanah air. Terutama Single terbarunya, yaitu "Cinta Tak Harus Memiliki". Lelaki berdarah Sunda x Manado, kelahiran 13 Oktober 1983 tersebut memulai debut pertamanya dengan meluncurkan Single perdana yang bertajuk "Tak Bisa Memiliki". Rio Adiwardhana adalah penyanyi atau musisi dibawah naungan label musik dan manajemen Catnclaw Production dan founder dari Nextart.id (Distribusi Musik Digital). Rio Adiwardhana telah memiliki 13 single lagu. Ditahun 2022, Rio Adiwardhana berhasil membuat atau merilis 10 single lagu, dan 3 single lainnya baru dirilis tahun 2023 ini.

Rio Adiwardhana sering mengikuti *performance live music* di *Cafe* ataupun tempat-tempat hiburan lainnya. Rio Adiwardhana juga aktif di aplikasi *WeSing* yaitu layanan yang sediakan, yang dapat digunakan untuk mencari, mengikuti audisi, mengunduh, dan mengelola lagu asli serta musik pengiringnya, dan menggunakan musik pengiring untuk menyanyikan lagu maupun merekam, menyelaraskan, mengubah, mencampur, serta mengunggah musik.<sup>7</sup> Dalam data peringkat *live streaming WeSing* se-Asia, Rio Adiwardhana berada diperingkat 1 (satu).

---

<sup>7</sup> Wesing. 15 September 2023. Kebijakan Privasi Wesing. wesingapp.com.  
<[https://www.wesingapp.com/policy?lang=id&type=private&g\\_f=>](https://www.wesingapp.com/policy?lang=id&type=private&g_f=>)>

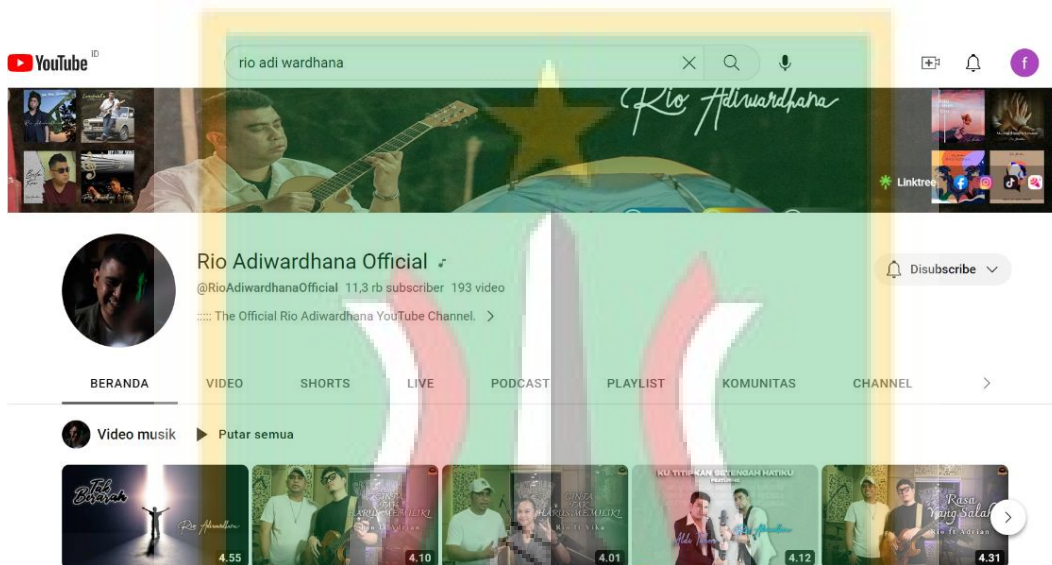




Gambar 1.3 Data Peringkat Live Wessing Se-Asia

Pada tanggal 13 September 2021, Rio Adiwardhana dibawah naungan CatNClaw Production membuat Youtube Channel yang di beri nama “Rio Adiwardhana Official”. Di dalamnya menghadirkan video musik dan Podcast. Youtube Channel “Rio Adiwardhana Official” hingga saat ini memperoleh jumlah *subscribers* yakni sebanyak 11.300 *subscriber*.

Dengan 193 video yang diunggah, Youtube Channel “Rio Adiwardhana Official” kini mencapai 463.083 kali penayangan. Banyaknya jumlah pengikut dan jumlah viewers pada akun Youtube Rio Adiwardhana menandakan bahwa tayangan video musik yang dimiliki oleh Rio Adiwardhana banyak digemari oleh pengguna Youtube Indonesia.



**Gambar 1.4 Akun Youtube Rio Adiwardhana Official**

Meskipun Rio Adhiwardhan sudah memiliki prestasi, tetapi belum tentu khalayak, terutama *subscribers* Youtube-nya memiliki persepsi yang bagus kepada musisi Rio Adiwardhana dan lagu-lagunya. Menurut Chaplin dalam Joanes, persepsi adalah sebuah proses seseorang mengetahui objek dan peristiwa-peristiwa yang objektif melalui kederiaan.<sup>8</sup> Komponen persepsi meliputi : pertama, Sensasi adalah proses

<sup>8</sup>Sofian Joanes, Kadir Goh Ahmad. 2014. *Persepsi dan Logik*. Cetakan 1, Malaysia : Universitas Teknologi Malaysia.

penyaringan dimulai dari indera, terhadap rangsangan dari luar dengan intensitas yang banyak dan sedikit. Kedua, Atensi adalah sebuah proses yang mengorganisasikan informasi sehingga dapat berubah menjadi arti kata yang sangat berarti. Ketiga, Interpretasi adalah tingkah laku individu sebagai reaksi dari apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembentukan sikap terhadap informasi yang disampaikan.<sup>9</sup>

Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti seperti apa persepsi Subscriber pada video musik Rio Adhiwardhana.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seperti apa persepsi Subscriber pada video musik Rio Adhiwardhana?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan seperti apa persepsi *subscribers* pada tayangan video musik Rio Adhiwardhana di Youtube.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun bagi pihak lain yang akan menggunakannya. Berikut manfaat yang dimiliki penelitian ini, antara

---

<sup>9</sup>Utomo Bagus Prio. 2019. Persepsi subscribers terhadap konten review fashion vlog yoshiolo. *Skripsi*. Salatiga : Program S1 Ilmu Komunikasi (Universitas Kristen Satya Wacana).

lain:

#### 1.4.1 Bagi Subjek

Bagi Rio Adiwardhana, semoga apa yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sarana untuk menyempurnakan video musik utamanya sebuah lirik lagu yang bermakna.

#### 1.4.2 Bagi Objek

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam kajian produksi video musik, dan memberikan gambaran sejauh mana tingkat persepsi menonton video musik terhadap minat seseorang.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para team produksi dan team audio dalam membuat video musik dari Rio Adiwardhana yang menarik sehingga dapat ditonton oleh banyak orang.

#### 1.4.3. bagi Pembaca

Penelitian ini dibuat agar bisa menjadi pengetahuan bagi para pembaca mengenai sikap *subscribers* pada tayangan video musik di Youtube.

#### 1.4.4 Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dijadikan bahan literatur oleh peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang sikap *subscribers* pada tayangan video musik di Youtube.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

### 1. Bagian awal skripsi

Pada bagian awal skripsi memuat cover depan, halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan abstrak.

### 2. Bagian utama skripsi

Bagian utama skripsi terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut :

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### BAB II KAJIAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini meliputi :

A Bagian pertama berisi telaah penelitian tentang hasil-hasil penelitian terdahulu, *Research Gap*, *state of the art research* yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

B Bagian kedua berisi landasan teori tentang pengertian persespi, persepsi, aspek persespi, video musik atau video klip, *subscribers* Youtube, dan kerangka teori.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab III peneliti membahas pendekatan penelitian dan taraf signifikansi riset, metode dan sifat penelitian, teknik pengambilan data, skala ukur data, operasionalisasi konsep, populasi, ukuran sampel dan teknik pengambilan sampel, uji validitas dan reliabilitas instrumen riset, teknik analisis data, dan jadwal dan lokasi penelitian

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab IV peneliti membahas tentang gambaran umum Rio Adiwardhana, gambaran umum responden penelitian, deskripsi data hasil penelitian dan pembahasan.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini peneliti memberikan kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.

#### 3. Bagian Akhir Skripsi.

Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang daftar pustaka dan daftar lampiran.