

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi, terutama dalam bidang elektronik dan komunikasi, telah memberikan pengaruh yang besar dalam kehidupan sehari-hari manusia. Berbagai inovasi teknologi seperti smartphone, laptop, tablet, dan perangkat pintar lainnya telah menjadi bagian penting dari gaya hidup modern. Internet telah menjadi sarana utama bagi orang-orang untuk mencari informasi dan pemahaman tentang berbagai produk elektronik sebelum mereka melakukan pembelian.

Selain itu, perkembangan teknologi di bidang elektronik dan komunikasi juga telah membawa perubahan besar dalam cara orang berkomunikasi. Seiring dengan kemajuan internet, platform media sosial, aplikasi pesan instan, dan panggilan video telah merubah cara orang berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi jarak jauh menjadi lebih mudah dan efisien, memungkinkan orang untuk tetap terhubung dengan keluarga, rekan kerja, atau teman di seluruh dunia, tanpa batasan geografis.

Namun, pesatnya perkembangan teknologi juga membawa beberapa masalah dan tantangan dalam penggunaan gadget di masyarakat. Berikut adalah beberapa masalah yang muncul terkait gadget. Kehadiran pilihan yang berlimpah membuat pasar gadget yang sangat kompetitif menawarkan banyak pilihan kepada konsumen. Keberlimpahan pilihan ini bisa membuat konsumen bingung dalam memilih gadget yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

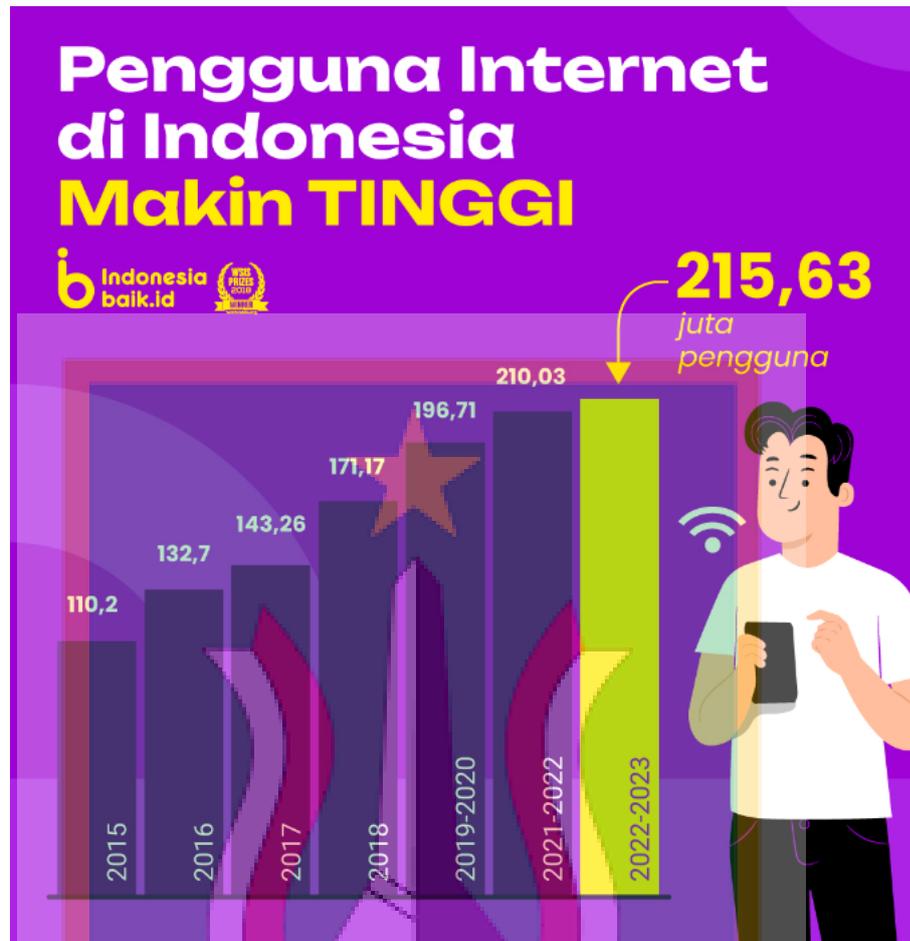
Penggantian gadget yang cepat dengan teknologi yang terus berkembang membuat perangkat gadget menjadi usang dalam waktu relatif singkat. Konsumen seringkali merasa perlu untuk mengganti gadget mereka dengan yang lebih baru agar tetap mendapatkan fitur-fitur terkini.

Dalam menghadapi masalah-masalah ini, para konsumen memerlukan informasi yang akurat dan terpercaya untuk membantu mereka membuat keputusan yang tepat sebelum membeli dan menggunakan gadget. Inilah alasan mengapa influencer di sosial media merasa perlu untuk membuat konten tentang gadget. Sebagai seorang influencer di bidang teknologi dan gadget, mereka bertanggung jawab menyajikan ulasan dan *review* produk yang informatif, objektif, dan terpercaya untuk membantu audiensnya memahami kelebihan, kekurangan, serta performa dari berbagai produk gadget yang ada di pasaran.

Sesuai hasil kajian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2022-2023, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 215,63 juta orang. Yang dimana ini sudah bertambah dibandingkan periode sebelumnya yang tercatat sebanyak 210,3 juta pengguna. Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 78,19% dari total penduduk yang berjumlah 275,77 juta orang. Selain itu, berbeda dengan studi sebelumnya, tingkat masuk web di Indonesia meningkat sebesar 1,17%, dari 77,02% pada 2021-2022 menjadi 78,19% tahun ini (2019-2020).<sup>1</sup>

---

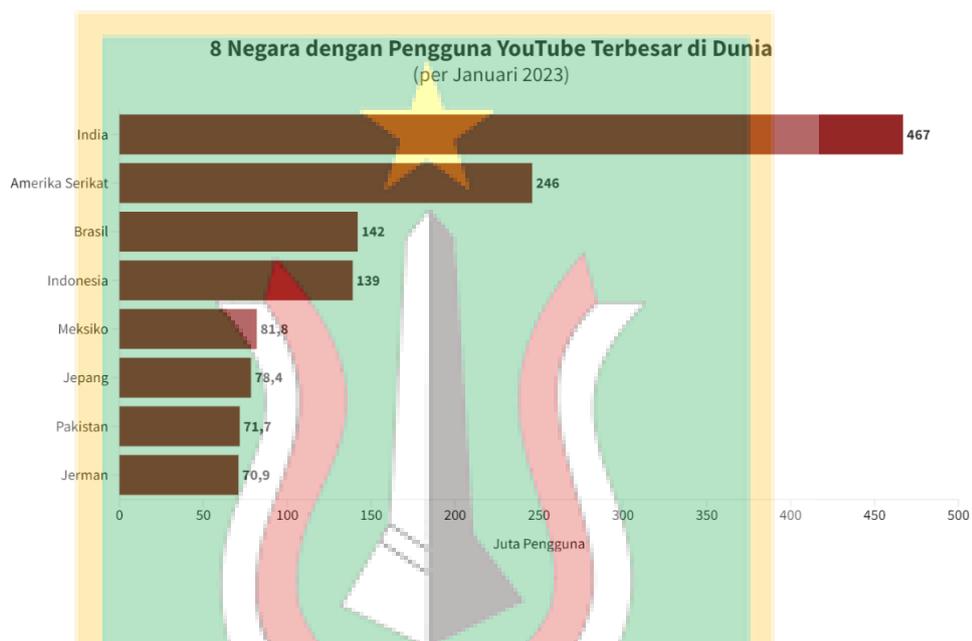
<sup>1</sup> Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2023, Pengguna Internet di Indonesia, diakses pada tanggal 22 Juli 2023 <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>



Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia  
Sumber: apjii.or.id

Salah satu platform yang semakin populer dalam menyediakan informasi produk adalah YouTube. Youtube telah menjadi salah satu platform terkemuka yang memberikan informasi dan ulasan produk kepada konsumen. Dalam industri gadget, konten Youtube memainkan peran penting dalam memengaruhi pilihan minat beli. Banyak sekali channel Youtube yang menyajikan berbagai review produk elektronik, termasuk gadget, dengan cara yang menarik dan informatif. Penyajian review produk dalam bentuk video memungkinkan para penonton untuk lebih mudah memahami fitur, kualitas, dan kinerja dari gadget yang diulas.

Saat ini, Indonesia sedang berada di urutan keempat sebagai negara dengan pelanggan YouTube terbanyak di dunia. Menilik laporan We Are Social, pada Januari 2023 jumlah pengguna Youtube di Indonesia mencapai 139 juta pengguna.<sup>2</sup> Berikut adalah 8 negara dengan *user* Youtube terbesar di dunia.



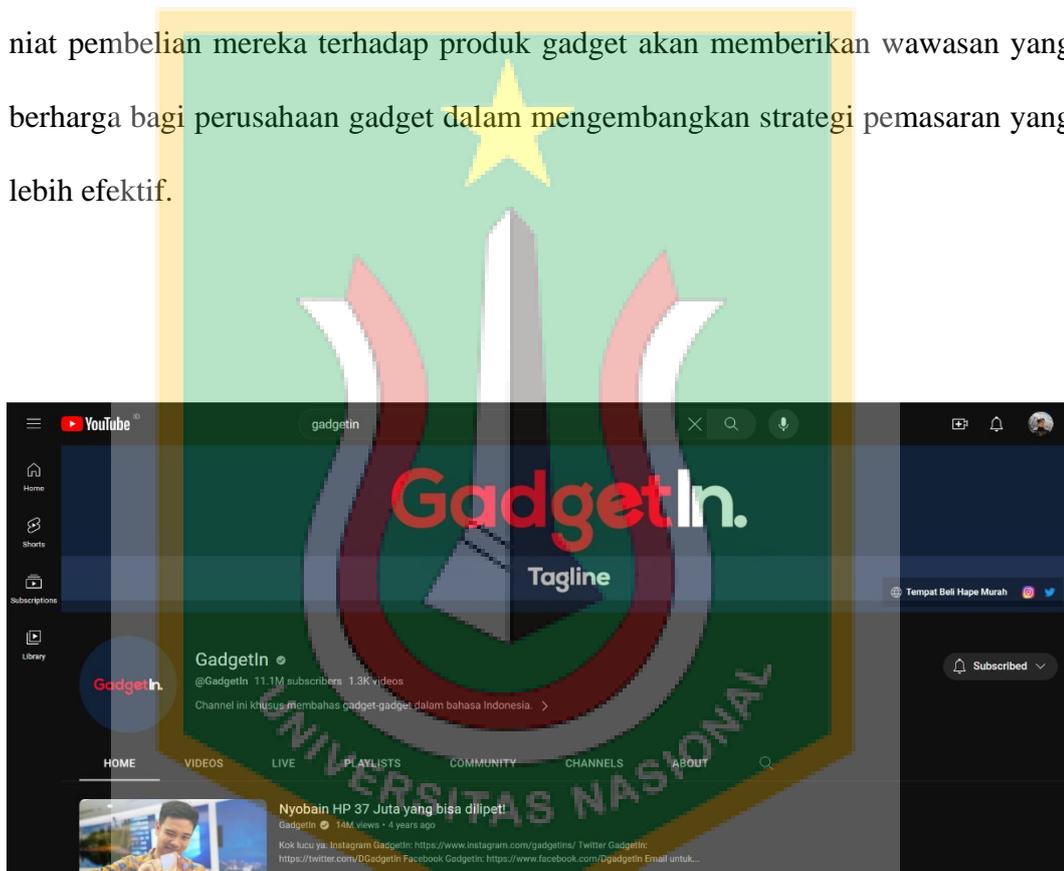
Gambar 1.2 8 Negara dengan Pengguna Youtube Terbesar di Dunia  
Sumber: wearesocial.com

Salah satu Channel yang ada di Youtube dalam kategori gadget adalah konten Gadgetin, channel ini memiliki 11 juta *subscribers* di mana pada channel Gadgetin dengan host bernama David menjadi seorang *influencer* atau *host* yang memberikan ulasan dan informasi terkait produk gadget. Terdapat lebih dari 25 channel Youtube di Indonesia yang mengulas tentang gadget.<sup>3</sup> Salah satu channel yang menjadi kompetitor Gadgetin adalah JagatReview yang memiliki 1.6 juta

<sup>2</sup> We Are Social, 2023. 8 Negara dengan Pengguna Youtube Terbesar di Dunia. Diakses pada tanggal 22 Juli 2023 <https://dataindonesia.id/internet/detail/daftar-negara-pengguna-youtube-terbesar-awal-2023-ada-indonesia>

<sup>3</sup> <https://www.kosngosan.com/2020/01/channel-youtube-review-gadget.html>

*subscriber* , DK ID yang memiliki 1.3 juta *subscriber*, Sobat HAPE yang memiliki 1 juta *subscriber*, dan Pricebook yang memiliki 1.7 juta *subscriber*. Kepercayaan konsumen terhadap konten Youtube dan influencer seperti David merupakan aspek penting yang perlu dipahami dalam konteks pemasaran gadget. Mengetahui sejauh mana kepercayaan konsumen terhadap konten Gadgetin mempengaruhi sikap dan niat pembelian mereka terhadap produk gadget akan memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan gadget dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.



Gambar 1.3 Channel Youtube Gadgetin  
Sumber: *Screen capture pribadi*

Gadgetin adalah sebuah kanal YouTube yang membahas seputar gadget dan teknologi, yang dikelola dan dimiliki oleh David Brendi pada tahun 2014. David Brendi pertama kali membuat video di YouTube hanya untuk bersenang-senang. Ketika David melihat temannya, dia sering melihat ulasan gadget di YouTube.

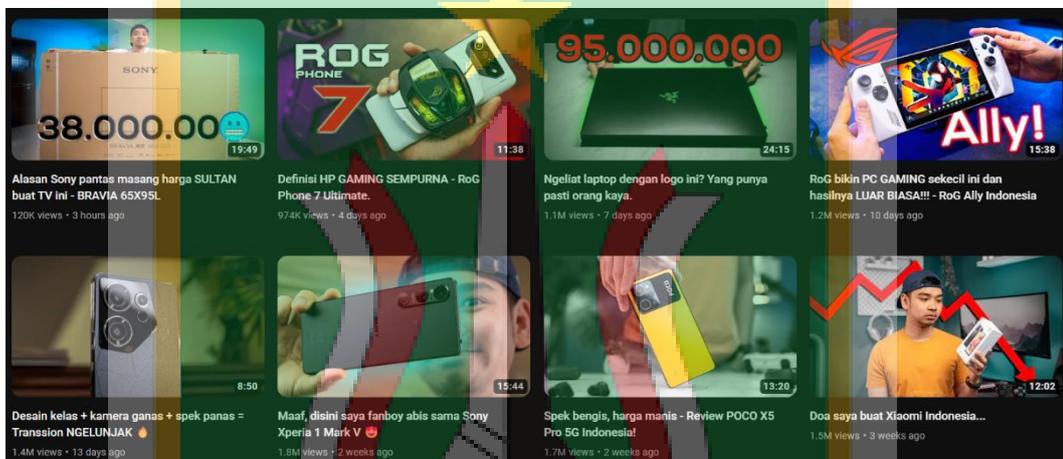
David tertarik untuk membuat channel YouTube sendiri dengan topik yang sama. Ia juga mendirikan channel Youtube GadgetIn pada tahun 2014 dengan video pertamanya berjudul “Indonesian Review Xiaomi Mi3”.



Gambar 1.4 Video Pertama Gadgetin  
Sumber: *Screen capture* pribadi

Melalui kecermatannya dalam mengulas sebuah produk gadget, Gadgetin berhasil meraih 11 juta *subscribers* dalam kurun waktu 9 (sembilan) tahun. Konten Gadgetin memiliki keunggulan dalam menyajikan informasi yang akurat, mendalam, dan bermanfaat bagi konsumen. Kepercayaan konsumen terhadap konten tersebut dapat memberikan pengaruh signifikan dalam membentuk sikap positif terhadap produk gadget yang diulas, serta mempengaruhi niat pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kepercayaan konsumen terhadap konten Gadgetin dalam konten Youtube pada produk gadget menjadi relevan dan perlu untuk dilakukan.

Channel "Gadgetin" memiliki jangkauan yang luas dengan ribuan video *review* produk yang sudah pernah ditonton jutaan orang. Di dalamnya, pembuat konten mengulas berbagai gadget, mencakup smartphone, laptop, tablet, kamera, dan perangkat pintar lainnya. Konten yang disajikan oleh "Gadgetin" mencakup informasi teknis, fitur, kualitas, performa, serta opini dan pendapat pembuat konten tentang produk yang diulas.



Gambar 1.5 Konten-Konten dari Channel Youtube Gadgetin  
Sumber: Channel Youtube Gadgetin

Ketertarikan masyarakat terhadap "Gadgetin" tidak terlepas dari beberapa faktor utama. Pertama, para pembuat konten di "Gadgetin" umumnya memiliki pengetahuan dan pengalaman yang mendalam dalam dunia teknologi. Mereka dapat mengulas berbagai produk dengan cermat, menyajikan informasi teknis dengan bahasa yang mudah dipahami, serta memberikan pandangan dan opini yang berimbang.

Kedua, "Gadgetin" menghadirkan konten video yang visual dan interaktif, sehingga penonton dapat lebih mudah memahami fitur-fitur dan performa produk

dengan melihat langsung demo yang diberikan oleh para pembuat konten. Format video juga memungkinkan audiens untuk melihat produk dari berbagai sudut pandang, membuat konten lebih menarik dan menambah daya tarik bagi penonton.

Ketiga, "Gadgetin" juga seringkali melakukan perbandingan antara produk sejenis, membahas perbedaan fitur dan kinerja, serta memberikan rekomendasi berdasarkan kebutuhan dan preferensi. Hal ini sangat membantu audiens dalam membuat keputusan yang tepat dalam memilih gadget yang sesuai dengan kebutuhan mereka.



Gambar 1.6 Konten-Konten dari Channel Youtube Gadgetin  
Sumber: Channel Youtube Gadgetin

Seiring dengan popularitasnya, "Gadgetin" telah menjadi salah satu channel yang memiliki *subscribers* dan *views* terbanyak di dunia gadget dan teknologi di Indonesia dengan total 11 juta *subscribers* dan sebanyak 2.5 milyar *views*.<sup>4</sup> Jutaan penonton mengandalkan channel ini sebagai referensi utama dalam memperoleh

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/@GadgetIn/about>

informasi sebelum membeli produk teknologi. Keterpercayaan dan reputasi "Gadgetin" dalam menyajikan konten yang akurat dan obyektif membuat posisinya sebagai salah satu channel yang banyak diminati dalam industri ini.

Banyak dari audiens Gadgetin yang beranggapan bahwa konten-konten *review* membantu mereka untuk membantu memilih gadget yang sesuai dengan *budget* atau kebutuhan yang mereka inginkan. Gadgetin membantu mereka dengan memberikan informasi seputar kelebihan dan kekurangan suatu produk dan juga memberikan rekomendasi produk gadget yang *worth it* untuk harga dan spesifikasi tertentu.



Gambar 1.7 Komen audiens dari Channel Youtube Gadgetin  
Sumber: *Screen capture* pribadi

Alasan lain yang membuat channel Gadgetin disukai oleh audiensnya adalah David yang selalu membuat konten dengan *jokes* yang lucu membuat pembawaan disetiap videonya menjadi menarik dan menjadi seru. Kolom komentar pada setiap video Gadgetin juga sangat aktif sesama pengguna saling membalas komentar tentang pendapat yang mereka kemukakan.

Melalui penelitian yang dilakukan, dapat diidentifikasi seberapa besar pengaruh kepercayaan konsumen terhadap konten Gadgetin mempengaruhi sikap dan niat pembelian mereka terhadap produk gadget. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai peran konten Youtube dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, serta membantu perusahaan gadget dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan kepercayaan konsumen terhadap konten Gadgetin.

Dengan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh kepercayaan konsumen terhadap konten Gadgetin dalam konten Youtube pada produk gadget, perusahaan gadget dapat meningkatkan strategi pemasaran mereka, memilih konten yang sesuai dengan target pasar, dan membangun kepercayaan konsumen yang lebih kuat terhadap merek dan produk mereka.

Selain itu, peran influencer dalam konteks pemasaran telah menjadi semakin penting dalam beberapa tahun terakhir. Konsumen sering kali menganggap konten yang disampaikan oleh influencer sebagai sumber informasi yang kredibel dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, kepercayaan konsumen terhadap influencer dan konten yang mereka hasilkan menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan sikap konsumen terhadap merek dan produk.

Dalam konteks konten Youtube, kepercayaan konsumen terhadap konten Gadgetin dalam hal ulasan, informasi, dan rekomendasi produk gadget memiliki potensi besar untuk mempengaruhi sikap dan niat pembelian konsumen. Konsumen yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap konten Gadgetin cenderung lebih menerima dan mempercayai informasi yang diberikan, serta memiliki

kecenderungan yang lebih tinggi untuk membeli produk gadget yang direkomendasikan.

Namun. Meskipun pengaruh influencer dan konten Youtube telah diakui sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen, belum banyak penelitian yang secara khusus menggali pengaruh kepercayaan konsumen terhadap konten Gadgetin dalam konteks produk gadget. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman kita tentang pentingnya kepercayaan konsumen dalam mempengaruhi sikap dan niat pembelian konsumen terhadap produk gadget yang diulas dalam konten Youtube.

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap konten Gadgetin, perusahaan gadget dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Mereka dapat bekerja sama dengan influencer yang memiliki reputasi dan kepercayaan yang tinggi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek dan produk mereka. Selain itu, perusahaan juga dapat memanfaatkan konten yang disampaikan oleh influencer untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, meningkatkan interaksi, dan meningkatkan kesadaran merek.

Pemilihan konten Youtube Gadgetin ini dirasa tepat sebab konten tersebut membahas seputar dunia gadget yang wawasannya cukup luas, di era yang serba digital ini mendorong masyarakat untuk sadar terhadap teknologi ataupun gadget yang terus berkembang ini.

Adanya konten tersebut menjadi sarana informasi yang bisa diakses oleh siapa saja dengan internet. Banyaknya jumlah *subscriber* dan *views* pada channel

Youtube Gadgetin juga membuat channel tersebut mempunyai kredibilitas yang tinggi membuat masyarakat yang menonton menjadi lebih yakin terhadap produk yang sedang ditonton. Audiens yang tidak harus ada di platform Youtube tetapi bisa diakses pada platform Twitter, Facebook, dan Discord. Dengan demikian, melihat fenomena yang sudah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka dari itu peneliti menetapkan judul penelitian, yaitu Pengaruh *Review Product* di Channel Youtube “Gadgetin” Terhadap Minat Beli Gadget (Survey Terhadap Audiens Gadgetin).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka penulis membuat rumusan masalah yaitu

1. Apakah terdapat pengaruh antara *Review Product* di channel Youtube “Gadgetin” terhadap minat beli gadget ?
2. Seberapa besar pengaruh antara *Review Product* di channel Youtube “Gadgetin” terhadap minat beli gadget ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan ada atau tidak adanya pengaruh antara *Review Product* di channel Youtube “Gadgetin” terhadap minat beli gadget dan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi *review product* di Channel Youtube terhadap minat beli gadget

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam bidang Pendidikan, sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai. Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian ini::

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor kepercayaan konsumen dalam konteks *Review Product* di channel Youtube “Gadgetin” pada produk gadget.
2. Membantu mengisi belah pengetahuan dalam literatur yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan terhadap *Review Product* di channel Youtube “Gadgetin” dan perilaku konsumen dalam pembelian produk gadget.

### 1.4.2 Manfaat Akademis

1. Menjadi referensi dan sumber pengetahuan bagi peneliti dan mahasiswa yang tertarik dalam bidang periklanan dan perilaku konsumen.
2. Mendorong pengembangan penelitian lanjutan dalam pengaruh kepercayaan konsumen terhadap konten *Review Product* di Youtube pada konteks periklanan gadget.

### 1.4.3 Manfaat Praktis

1. Memberikan wawasan bagi perusahaan gadget dalam memahami pentingnya kepercayaan konsumen terhadap konten Youtube, khususnya pada channel “Gadgetin”.
2. Kemungkinan perusahaan gadget untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam memanfaatkan kepercayaan konsumen terhadap konten di channel Youtube “Gadgetin”.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi uraian mengenai tinjauan teori yang melandasi pemikiran, kerangka pemikiran, penelitian terhadulu, dan hipotesis.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, serta metode analisis data yang digunakan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan dan hasil penelitian menggambarkan objek yang diteliti yaitu analisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap konten Youtube Gadgetin menguraikan karakteristik responden, analisis data.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan kesimpulan yang diambil dari penelitian yang di dapat dari analisis pengaruh kepercayaan konsumen, serta memberikan saran kepada pihak yang terlibat

