

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan bermasyarakat, manusia melakukan komunikasi dengan beragam cara. Baik berbicara, menyampaikan suatu symbol dan banyak lainnya. Komunikasi itu sendiri terbagi atas lima bentuk, yaitu komunikasi yang dilakukan menggunakan bahasa serta pikiran dengan diri sendiri berupa komunikasi intrapersonal, kedua yaitu komunikasi antara seseorang terhadap orang lain yakni komunikasi interpersonal, lalu terdapat komunikasi dengan sekumpulan orang yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama yakni komunikasi kelompok, terakhir yaitu komunikasi menggunakan media massa sebagai alat perantara komunikasi.¹

Komunikasi massa berfungsi sebagai alat dimana di dalamnya terdapat suatu organisasi dengan bantuan satu atau lebih mesin, yang tujuannya untuk memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak besar, heterogen, serta tersebar. (Joseph R. Dominic, dalam Nurudin, 2004).²

Perkembangan komunikasi di era ini, lebih mengacu pada *new media* yang memberikan pengaruh besar dikalangan masyarakat, dipergunakan untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi dengan cepat dan tepat. Beragam tampilan canggih *new media* dipergunakan untuk menarik perhatian publik. Media baru meliputi media sosial, situs web dan blog, streaming audio dan video, e-mail. Kelebihannya yaitu dapat berinteraksi dengan bebas (mengirim dan menerima pesan), terdapat sebuah jaringan untuk menghubungkan satu sama lain, dan kita bisa mencari, hal-hal yang baru diketahui maupun di masa lampau.

¹ Suryanto, 2015, Pengantar ilmu komunikasi, Hal : 101-102.

² Ibid, Hal : 144.

Media baru adalah media dengan perangkat digital yang berfungsi untuk mengakses informasi melalui media elektronik kapan pun dan dimana pun. Sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja, baik penerima atau pengirim pesan untuk berpartisipasi aktif dengan umpan balik pesan yang telah diberikan, sebagai pembentuk komunitas/masyarakat “baru” melalui media.³

Menurut Croteau dan Hoynes (2005) dalam buku komunikasi antar personal. Kita telah menyaksikan revolusi jaringan audio, video, dan komunikasi teks yang berbasis elektronik. Media baru berhasil memberikan inovasi berupa meminimalisir jarak geografis, memungkinkan peningkatan volume informasi secara besar-besaran, memungkinkan peningkatan kecepatan komunikasi, memberikan kesempatan bagi terjadinya komunikasi interaktif, dan memungkinkan bentuk komunikasi yang sebelumnya terpisah dan kini dapat melakukan interkoneksi.⁴

Menurut Gini Dietrich dalam buku Alo liliweri, Media sosial adalah pergeseran cara kita mendapatkan informasi melalui cara lama seperti membaca koran sambil minum kopi di pagi hari. Komunikasi dengan cara baru dimana kita dapat menciptakan jaringan sosial untuk menemukan orang-orang yang sama, bertujuan membangun persahabatan dengan mereka.⁵

Media sosial ini berfungsi sebagai sarana komunikasi dengan pengguna lainnya. Selain itu juga sebagai distribusi pesan, menerima pesan dan pertukaran sebuah pesan secara cepat. Media sosial telah menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi untuk mengubah komunikasi kedalam dialog. Saat ini internet semakin maju dan berkembang, kita dapat mengakses media sosial dimana saja dan kapan saja tanpa terbatas oleh waktu. Beberapa contohnya yang sering digunakan masyarakat adalah YouTube, FaceBook, Instagram, Twitter dan Blog.

³ Alo liliweri, 2015, Komunikasi antar-personal, Hal 284.

⁴ Ibid. Hal 284.

⁵ Ibid. Hal 288.

YouTube merupakan salah satu aplikasi layanan di Google, aplikasi ini berguna untuk mengupload dan mengakses video oleh siapapun di seluruh dunia dengan cara akses melalui internet. Di dalam YouTube terdapat kolom komentar, jumlah viewers, like, subscribe, hingga dislike. Fitur di dalamnya menarik perhatian banyak kalangan, seperti halnya memasarkan sebuah produk melalui vlog, akses berita terkini yang viral di kalangan masyarakat, membuat dan menyebarkan video dokumenter, hingga sebagai industri hiburan sebagai alat promosi siaran yang mereka unggah di konten. Dimanapun dan kapanpun bisa mengakses youtube dengan menggunakan jaringan internet.

Konten dalam youtube adalah cara penyampaian sebuah pesan berupa video, yang membahas apa yang publik atau penonton butuhkan, seperti kehidupan sehari-hari pemilik akun, sebagai hiburan, dan lain sebagainya. Di dalamnya berisi mengenai suatu kegiatan menarik yang mudah dipahami dan dapat dipahami. Pengertian konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Konten, yaitu informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik, dilansir dari <https://kbbi.web.id/konten>.

Sedangkan motivasi merupakan istilah umum yang merujuk kepada seluruh proses gerakan, termasuk situasi yang mendorong, dorongan yang timbul dalam individu, perilaku yang ditimbulkan oleh situasi tersebut dan tujuan atau akhir dari tindakan atau perbuatan.⁶

Fenomena ini memunculkan sebuah peluang pekerjaan baru bagi semua orang, yang kreatif, unik, hingga berpengetahuan luas dapat membuat video yang di akses di seluruh dunia. Dalam dunia youtube juga memiliki dampak positif lainnya, seperti halnya lahirnya para *influencer* muda. *Influencer* yaitu seseorang yang mempunyai banyak pengikut, dan berpengaruh kuat bagi pengikut mereka. Biasanya perkataan atau perilaku orang tersebut akan dianut dan diikuti. Salah satu *influencer* yang digandrungi remaja masa kini adalah motivasi dari youtobers Merry Riana. Konten yang diunggahnya juga bervariasi, mulai dari asmara, cara

⁶ Sarlito W. Sarwono , 2009, Pengantar Psikologi Umum, Hal ; 148-149.

untuk sukses usia dini, penyemangat hidup, bangkit dari keterpurukan, dan masih banyak lagi.

Dilansir melalui web <https://merryriana.org/personal-category/profile/>. Merry Riana adalah seorang wanita muda nomer satu di Asia dalam bidang motivator yang berasal dari Indonesia, dan diakui oleh berbagai artis dari dalam maupun luar negeri. Hanya dalam kurun waktu empat tahun, sejak ia lulus. Merry mendapatkan penghasilan lebih dari 1 juta dolar melalui bisnisnya, yang dimuat dalam artikel berjudul “Dia mencapai satu juta dolar pertamanya hanya di usia 26 tahun”, di koran nasional Singapura, ‘The Straits Times’, tanggal 26 Januari 2007. Selain itu, banyak artikel ditulis di negara lain, tentang kesuksesannya. Pada bulan Juli 2006, Merry menerbitkan buku pertamanya “A Gift From A Friend”, pada bulan pertama menjadi buku best seller di Indonesia dan Singapura. Buku ini diterbitkan dengan tujuh bahasa, yaitu bahasa Indonesia, Mandarin, Vietnam, Inggris, Myanmar, Melayu, dan Tagalog. Pada industri keuangan, Merry dijuluki sebagai seseorang yang sering memecahkan rekor penghargaan bergengsi termasuk ‘Star Club President’, ‘Top Rookie Consultant of the Year Award’, ‘Top Rookie Manager of the Year Award’ dan ‘Top Manager of the Year Award’ hingga ‘Agency Development Award’. Merry Riana mendirikan Merry Riana Organization atau MRO, merupakan perusahaan jasa keuangan, selain itu juga mendirikan MRO Consultancy yang bergerak di bidang pelatihan, dan motivasi serta percetakan buku di Singapura.

Dari banyaknya pengalaman hidup Merry Riana, di dalam youtubena saat ini memiliki 3,07 juta subscriber, dengan unggahan vidio sebanyak 1,5 ribu, yang di dalamnya mengandung beragam konten. Berhubungan dengan isi sebuah pesan dalam youtube, maka peneliti menaruh perhatian pada kajian isi konten youtube Merry Riana. Dimana analisis isi pesan sangat membantu menelaah sebuah arti dalam komunikasi yang mengungkapkan makna itu sendiri. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang isi pesan motivasi yang di unggah dalam video di konten youtube Merry Riana. Untuk lebih spesifik, penelitian ini

mengambil video motivasi pada periode mulai dari bulan Januari 2019 hingga bulan Desember 2019.

Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk meneliti isi pesan motivasi dalam akun youtube Merry Riana dengan judul penelitian **“Analisis Isi Pesan Motivasi Youtuber Merry Riana Sebagai Konten Motivator Di Youtube”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana isi pesan motivasi dalam akun youtuber Merry Riana sebagai konten motivator di youtube?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana isi pesan motivasi dalam akun youtuber Merry Riana sebagai konten motivator di youtube.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan sebagai sumber referensi dan serta wawasan tentang motivasi di dalam media sosial youtube.
- b. Sebagai bahan referensi untuk peneliti lain yang meneliti mengenai motivasi dengan menggunakan metode analisis isi.

1.4.2 Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran berupa konsep dan teori mengenai penelitian di bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai analisis isi pesan motivasi.
- b. Memperkaya ilmu serta memperluas referensi mengenai motivasi yang terdapat dalam akun youtuber Merry Riana sebagai konten motivator di youtube.

1.4.3 Manfaat Praktis

Memberi wawasan mengenai bagaimana youtube dipergunakan sebagai media penyampaian pesan motivasi dalam akun youtube Merry Riana. Serta, diharapkan penelitian ini untuk memberikan sumbangan pemikiran berupa pemecahan masalah yang berhubungan dengan motivasi di dalam media youtube.