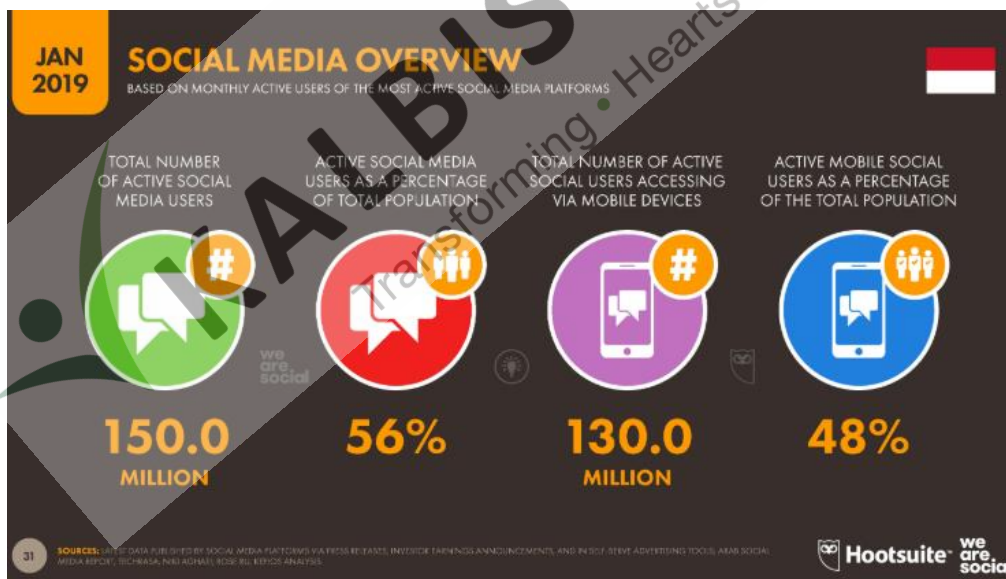


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat semakin mahir mengakses media sosial dalam berbagai hal, mulai dari mengakses informasi, berkomunikasi, belajar, belanja dan lain sebagainya. Media sosial hadir membawa segala kemudahan dan perubahan pada masyarakat, sehingga semakin hari pengguna media sosial semakin meningkat. Dikutip dari websindo.com (Tim media websindo, 2019) menyatakan, riset terhadap media sosial di Indonesia tahun 2019 bahwa masyarakat Indonesia tercatat memiliki total pengguna aktif media sosial mencapai 150 juta pengguna, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia bila dipersentasekan mencapai angka 56% dari keseluruhan populasi penduduk Indonesia. Sedangkan pengguna media sosial berbasis *mobile* yang mencapai 130 juta pengguna, jika di kalkulasi kedalam pesentase, mencapai 48% pengguna aktif media sosial berbasis mobile dari total populasi penduduk Indonesia.



Gambar 1.1 Data media sosial 2019

Sumber: (Tim websindo, 2019)

Salah satu media sosial yang sudah sangat familiar adalah *YouTube*. *YouTube* adalah situs penyedia layanan berbagi video. Tidak hanya bisa menonton video, bahkan juga kita dapat mengunggah video ke dalam nya.

Dikutip dari web databoks.katadata.co.id (Hadya jayani, 2020) *YouTube* menjadi salah satu *platform* yang sering diakses oleh para pengguna media sosial di Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang telah mengakses *youtube* mencapai angka 88%. Media sosial paling sering diakses selanjutnya adalah *WhatsApp* dengan angka 84%, Facebook 82%, dan *Instagram* 79%. Sebagai media informasi, rata-rata waktu yang digunakan masyarakat Indonesia dalam mengakses media sosial 3 jam 26 menit. Jumlah keseluruhan pengguna aktif media sosial diperkirakan sebanyak 160 juta atau 59% dari total penduduk Indonesia. 99% nya adalah pengguna media sosial yang berselancar melalui ponsel.

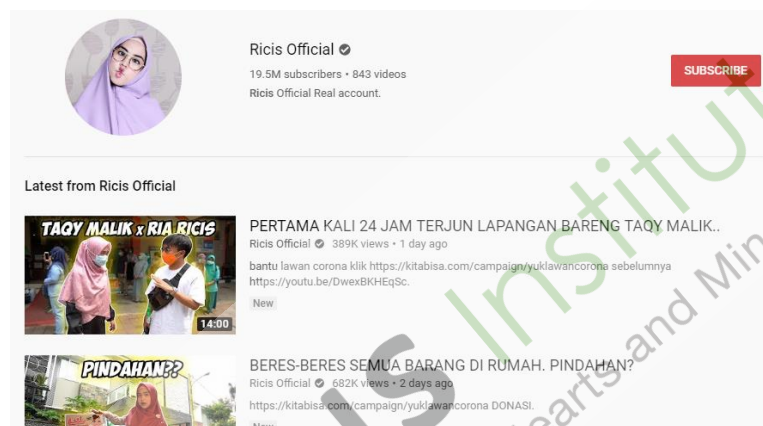


Gambar 2.1 10 Media sosial yang sering digunakan di 2020

Sumber: (Hadya jayani, 2020)

YouTube, telah menjadi situs berbagi video *online* populer dengan menguasai hampir 43% pasar *online*. Tak hanya sekedar mampu meraup pengguna yang besar, namun juga berhasil mendapatkan penghargaan *Goerge Foster Peabody Award*, penghargaan tersebut diberikan karena *YouTube* berjasa dalam mengembangkan demokrasi dan kebebasan berpendapat. (Hartoko, 2011: 1).

Di Indonesia, sudah kian banyak *Youtuber* yang telah membuat video-video di *YouTube* dengan aliran genre nya masing-masing. Salah satu *YouTube* wanita terkenal bernama Ria Ricis. Kepopuleran ria ricis di jagat *YouTube* membuatnya memiliki banyak *subscriber*, terhitung dari tanggal 1 April 2020 Ria Ricis telah memiliki 19,5 juta *subscriber*. Karya-karya video nya di *YouTube* antara lain dengan membuat konten konten hiburan, terdiri dari video *vlog*, *review*, *challenge*, *review squishy*, musik, *webseries*, tanya jawab bersama artis atau *public figure*, Berkunjung kerumah artis dan masih banyak lagi.



Gambar 3.1 Channel youtube Ria Ricis

Sumber: Youtube.com/RiaRicis/



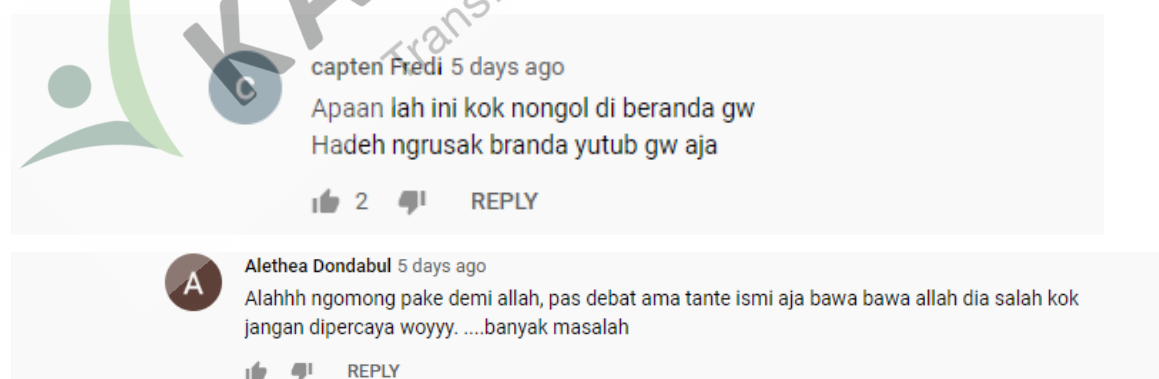
Gambar 4.1 Video "24 jam sama cimoy kebongkar semua"

Sumber: Youtube.com/RiaRicis/

Salah satu video Ria Ricis yang akan menjadi fokus pembahasan penelitian ini ialah video yang berjudul “24 jam sama cimoy kebongkar semua”. Pada video kita diperlihatkan video dengan durasi 12 menit 7 detik yang berisi muatan konten tanya jawab dengan menghadirkan salah satu bintang tamu yang bernama Nuraini atau lebih akrab di sapa Cimoy Montok. Tanya jawab dilakukan dengan santai dan diseling bercanda oleh Ria Ricis. Video “24 Jam bareng cimoy kebongkar semua” adalah kelanjutan dari video sebelumnya yang berjudul “Sisi baik cimoy montok ia berhak Bahagia” yang juga berisi konten tanya jawab.

Kemudian pada kolom komentar, banyak yang memberi respon positif terhadap video tersebut mulai dari pujian dan saran yang dilontarkan oleh netizen. Namun ditemukan ada beberapa komentar netizen yang berisi komentar negatif dengan hujatan, hinaan, ejekan, provokasi dsb. Komentar tersebut dikatakan mengandung unsur agresi verbal. Agresi Verbal ialah bentuk perilaku agresif yang bersifat verbal seperti mencaci maki, berteriak-teriak, mengeluarkan kata-kata kotor atau kata-kata kasar dan bentuk-bentuk lain yang bersifat verbal dan mengakibatkan “sakit” pada objek yang tidak menginginkannya (Afriany, Alfarisi, Sofa, Handayani, & Sari, 2019).

Beberapa komentar yang ditemukan seperti:



Gambar 5.1 Komentar bermuatan agresi verbal pada video "24 jam sama cimoy kebongkar semua"

Sumber: Youtube.com/RiaRicis/

Atas dasar latar belakang tersebut yang menjadi pemicu penulis untuk melakukan penelitian bentuk karya ilmiah skripsi dengan judul: Pengaruh Konten *YouTube* Ria Ricis Terhadap Agresi Verbal *Netizen*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan, maka penulis merumuskan masalah:

1. Adakah pengaruh konten *YouTube* Ria Ricis terhadap Agresi Verbal *Netizen*?
2. Seberapa kuat pengaruh konten *YouTube* Ria Ricis terhadap Agresi Verbal *Netizen*?

1.3 Batasan Penelitian

Untuk menjawab masalah yang ada pada rumusan masalah, peneliti memberikan batasan ruang lingkup penelitian:

Penelitian berfokus untuk mencari pengaruh konten *YouTube* Ria Ricis terhadap Agresi Verbal *Netizen*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh konten *YouTube* ria ricis terhadap Agresi Verbal *Netizen*.
2. Untuk mengetahui tingkat kekuatan pengaruh konten *YouTube* Ria Ricis terhadap Agresi Verbal *Netizen*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk menjadi referensi khususnya bagi mahasiswa ilmu Komunikasi Kalbis Institute atau mahasiswa universitas lain dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pemahaman dibidang ilmu komunikasi, untuk penelitian ini mengenai riset-riset media baru khususnya media sosial.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat masukan bagi para praktisi media, *content creator* ketika membuat konten.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada Penelitian Skripsi ini akan dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: Pendahuluan

Pada Bab 1 ini menjelaskan Latar Belakang dari penelitian pengaruh konten *YouTube* Ria Ricis terhadap agresi verbal *netizen*, Rumusan masalah; Batasan penelitian; Tujuan penelitian; Manfaat penelitian (Manfaat akademik dan Manfaat praktis), Sistematika Penulisan.

BAB 2: Tinjauan Pustaka

Pada Bab 2 ini menjelaskan Landasan Teoritis; Landasan Konsep; Studi penelitian Terdahulu; Kerangka Berpikir; Hipotesis penelitian.

BAB 3: Metodologi Penelitian

Pada Bab 3 ini menjelaskan Paradigma penelitian; Pendekatan penelitian; Jenis penelitian; Definisi Operasional Penelitian; Lokasi dan Waktu penelitian; teknik pemilihan populasi dan sampel; Teknik Analisis Data, Uji validitas dan reliabilitas Teknik Analisis Data.

BAB 4: Hasil dan Pembahasan

Pada Bab 4 ini menjelaskan Gambaran Umum subjek/objek penelitian, Hasil penelitian; Pembahasan.

BAB 5: Simpulan dan Saran

Pada Bab 5 ini menjelaskan Simpulan berisi intisari hasil penelitian pada penelitian pengaruh konten *YouTube* Ria Ricis terhadap agresi verbal *netizen*. Saran (Saran Akademis dan Saran Praktis).