BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era modernisasi dalam penyampaian informasi kian berkembang secara pesat serta dengan meningkatnya pengguna internet, media sosial kini menjadi sumber informasi yang paling di minatin oleh kalangan masyarakat. Dengan semakin majunya teknologi sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan oleh peradaban manusia yang kian berinovasi maju menjadi manusia modern.

Beragam kriteria dapat dibuat untuk melihat bagaimana media itu. Ada yang membuat kriteria media berdasarkan teknologinya, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut dibuat dengan mesin cetak dan media elektronik yang dihasilkan dari perangkat elektronik. Dari sumber atau organ yang menjelaskan bagaimana cara mendapatkan atau bagaimana kode-kode pesan itu diolah, misalnya media audio-visual yang diakses menggunakan organ pendengaran dan penglihatan. Atau berdasarkan teknologi, pola penyebaran, sampai pada bagaimana khalayak mengakses media, seperti media lama *(old media*) dan media baru *(new media).* (Nasrullah, Rulli. 2017: 3-4)

Kecanggihan teknologi mampu memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan berdasarkan kemudahan serta kecepatan informasi yang mudah di akses. Dengan hal tersebut berdampak pada cara komunikasi yang semakin maju dan mampu mengubah cara berkomunikasi, berinteraksi, dan bersosialisasi. salah satu

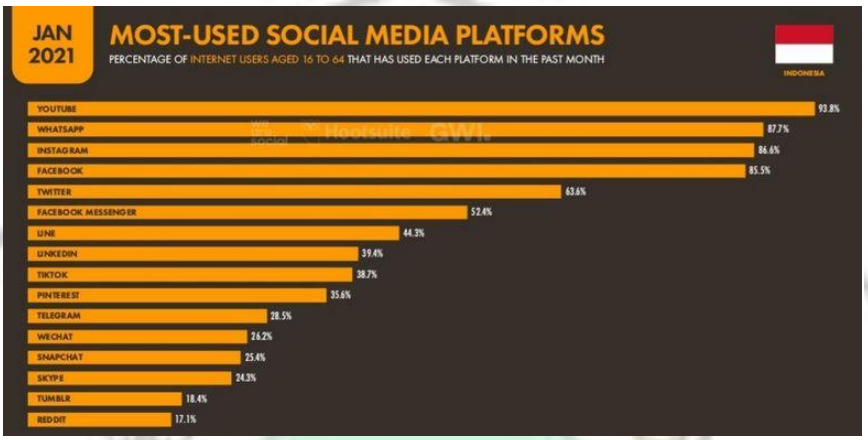
bentuk perkembangan teknologi yaitu berupa akses internet. Teknologi internet merupakan sebuah media baru, yang mampu mengubah cara berprilaku serta cara berkomunikasi yang baik melalui media sosial. Media Sosial merupakan suatu aplikasi dengan berbasis internet yang mampu dijangkau oleh para pengguna dalam membuat dan berbagi konten yang berupa informasi, opini serta minat dengan konteks yang beragam kepada khalayak yang lebih banyak lagi. (Widiastuti, Rosarita Niken. 2018: 4)

Dengan hadirnya media sosial yang sedang tren di masa kini mampu dimanfaatkan dalam berbagai kepentingan. Dengan mengakses media sosial dengan baik dapat memberikan suatu potensi untuk berbagai kalangan. Dalam menggunakan media sosial dapat menunjukan representasikan dalam bentuk berbeda dari dunia nyata, dengan adanya seseorang di media sosial dapat mempengaruhi pandangan lainnya terhadap kita.

Dari banyaknya media sosial, *Platform Youtube* merupakan *Platform* media sosial yang paling popular. Youtube merupakan situs web berbagi video secara gratis dengan memuat konten dari berbagai negara. Youtube memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam membuat, menonton, serta berbagi konten dalam berbentuk video secara gratis. (Supriyatman, Adia Titania. 2019: 1430)

YouTube digunakan oleh 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia yang berumur 16 hingga 64 tahun. Sementara WhatsApp, digunakan oleh 87,7 persen pengguna internet Tanah Air dengan rentang waktu dan umur yang sama. Kemudian diikuti oleh Instagram, Facebook, dan Twitter dengan

jumlah pengguna masing-masing 86,6, 85,5, dan 63,6 persen. Adapun durasi rata-rata penggunaan YouTube, berkisar di angka 25,9 jam per bulan. Sebagai informasi, riset teranyar WeAreSocial dan Hootsuite ini mencatat bahwa ada sekitar 170 juta pengguna yang aktif menggunakan medsos di Indonesia, 168,5 juta di antaranya mengakses aneka platform tersebut dari smartphone.



Gambar 1.1 Media Sosial terpopuler di Indonesia perjanuari 2021

Sumber : WeAreSosial (https://tekno.kompas.com/image/2021/02/24/17020027/pengguna-medsos-di-indonesia-habiskan-25-jam-per-bulan-untuk-nonton-youtube?page=2), 2023

Konten merupakan pesan atau sebuah informasi yang disajikan dalam sebuah media. Seorang *content creator* youtube harus memiliki kreativitas dalam membuat konten. Adapun konten yang memberikan pesan positif yaitu berupa : Konten Tutorial, Konten *Fashion & Beauty, Travelling,* Musik, *Review* Produk dan *Food Vlogger.*

Dari beragam konten yang banyak peminatnya, salah satunya yaitu fenomena *food vlogger* atau yang biasa disebut dengan konten yang berisikan mengenai *review* makanan. Salah satu konten kreator yang mengunggah konten mengenai makanan yaitu Tanboy Kun.

Istilah mukbang yang berasal dari Korea Selatan yang mengacu pada fenomena di mana seseorang makan makanan dalam jumlah besar di depan kamera, sementara penontonnya menyaksikan melalui platform daring, seperti video di YouTube atau siaran langsung di platform streaming. Kata "mukbang" sendiri merupakan gabungan dari kata "muk-ja" yang berarti makan dan "bang-song" yang berarti siaran. Penonton dapat merasa terhibur dan merasakan sensasi makan melalui pengalaman yang disajikan oleh konten kreator dalam video mukbang. Beberapa penonton mungkin juga menikmati rasa kenyang secara virtual atau merasa terhubung dengan pemakan melalui interaksi komentar.

Bara Ilham Bakti Perkasaa S.E atau yang biasa di kenal dengan Tanboy Kun merupakan seorang konten kreator yang berfokus pada konten mukbang bercitra rasa pedas, serta dengan ciri khasnya dengan porsi makan dalam jumlah besar. Konten pertama yang diunggahnya pada tahun 2016 dengan judul *"Gokil!! 2,5 Kg Nasi Padang Challenge*" meraih kurang lebih 2,4 Juta *Viewers* dan 54 Ribu *Likes*.. Tanboy Kun terus berinovasi dalam membuat konten yang mampu menarik perhatian viewers. salah satu konten video yang berhasil mendapatkan banyak *viewers* adalah konten "10 Ayam dan 3 *Cheese Burger McDonald* Pake 2 Botol Samyang *Nuclear* 4x lebih pedas" yang diunggah pada 13 juli 2019 dan ditonton lebih dari 80 Juta viewers.

Salah satu alasan konten mukbang menjadi konten popular di saat ini yaitu stress. Jika seseorang sedang mengalami fase stress, mereka cenderung mencari melakukan segala aktivitas untuk mengurangi rasa stressnya, Salah satunya menonton konten mukbang. Permasalahan yang timbul dari konten mukbang ini

yaitu cara makan yang buruk dan berpotensi berdampak negatif terhadap Kesehatan. Mengkonsumsi makanan dalam jumlah besar secara berlebihan dalam satu sesi mukbang dapat mempengaruhi pola makan sehari-hari pada konten kreator dan juga dapat memberikan contoh yang buruk kepada viewers, yang mungkin tergoda untuk mengikuti pola makan yang tidak sehat.

Fenomena konten mukbang Tanboy Kun tentunya akan menimbulkan Persepsi masyarakat di Indonesia khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunung Jati. *Persepsi* adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan apa yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran. Oleh karenanya persepsi sangat penting bagi studi komunikasi dalam semua bentuk dan fungsinya. Disini kita melihat pada (1) proses persepsi, mengidentifikasi tiga tahap utamanya; (2) proses yang mempengaruhi persepsi; dan (3) atribusi (*attribution*), yaitu proses dengan mana kita mengartikan perilaku kita sendiri dan orang lain. (DeVito, Joseph 2011: 80)

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk membuat skripsi ini dengan judul : " **Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Swadaya Gunung Jati Tentang Konten "Mukbang" Pada Channel Youtube Tanboy Kun**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk membuat proposal penelitian ini dengan judul: **"Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Swadaya Gunung Jati Tentang Konten "Mukbang" Pada Channel Youtube Tanboy Kun".**

1. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Swadaya Gunung Jati tentang konten mukbang Channel *Youtube* Tanboy Kun?
2. Bagaimana faktor-faktor yang mendorong mahasiswa ilmu komunikasi dalam menonton konten mukbang Tanboy Kun?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Swadaya Gunung Jati tentang konten mukbang channel *Youtube* Tanboy Kun.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong mahasiswa ilmu komunikasi dalam menonton konten mukbang Tanboy Kun

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian adalah penggunaan hasil penelitian yang berupa informasi, model, alat, teori, konsep, faktor-faktor yang berpengaruh, evaluasi, dan peramalan. Pada intinya, kegunaan penelitian menguaraikan seberapa jauh kebergunaan dan kontribusi dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Kegunaan penelitian dapat dibedakan menjadi kepentingan praktis dan kepentingan teoritis.

1. Kegunaan Penelitian secara Teoritis:

a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperluas ilmu pengetahuan dan wawasan dalam program studi Ilmu Komunikasi mengenai persepsi mahasiswa tentang Konten Mukbang Channel Youtube Tanboy Kun.
b. Penelitian ini diharapkan sebagai acuan referensi bagi di bidang akademik dan kepustakaan.

2. Kegunaan Penelitian secara Praktis:

a. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan mengenai Persepsi Mahasiswa tentang konten mukbang pada Channel Youtube Tanboy Kun.
b. Bagi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, hasil Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi bagi para Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki minat terhadap konten mukbang channel youtube Tanboy Kun.
c. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Persepsi Mahasiswa tentang konten mukbang channel youtube Tanboy Kun.