

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi

2.1.1 Pengertian Persepsi

Persepsi adalah inti dari komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik. Persepsi disebut ini komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi drajat kesamaan persepsi antarindividu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas. (Mulyana, 2010:180).

Menurut Mulyana (dilakukan melalui beberapa tahap atau proses, yaitu dari suatu pesan yang diterima melalui panca indera (sensasi) akan di respon atau di tafsirkan (atensi) untuk dimaknai atau disimpulkan berdasarkan informasi yang diterima oleh panca indera yang dipercaya untuk mewakili objek yang akan di persepsi (interpretasi).

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Reseptor indrawi-mata,

telinga, kulit dan otot, hidung, dan lidah-adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperature dan tekanan, hidung terhadap bau-bauan dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan-rangsangan ini dikirim ke otak. (Mulyana, 2010:181)

Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespons atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apa pun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri-sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian kita. Rangsangan seperti itu cenderung dianggap penyebab kejadian-kejadian berikutnya. Ini juga berlaku pada manusia: orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap paling berpengaruh. (Mulyana, 2010:182)

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indera kita. Namun anda tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung; melainkan menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. (Mulyana, 2010:182)

2.1.2 Proses Terbentuknya Persepsi

Munculnya persepsi terbentuk dengan diawali oleh proses penginderaan terhadap suatu stimulus yang kemudian menjadi sebuah perhatian. Setelah dapat melewati proses perhatian dan atensi, maka akan diinterpretasikan oleh individu tersebut melalui pengalamannya yang kemudian akan terbentuk persepsi.

Dalam memersepsi sesuatu ada beberapa komponen, di mana antara yang satu dengan yang lainnya saling berkaitan, saling menunjang, atau merupakan suatu sistem, supaya seseorang dapat menyadari akan mengadakan suatu persepsi. Untuk itu muncul beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

- a. Adanya objek yang akan dipersepsi, objek yang dapat menimbulkan suatu stimulus mengenai alat indra ataupun reseptornya.
- b. Alat indra atau reseptor, merupakan objek sebagai alat yang dapat menerima stimulus, selain itu juga harus ada pada syaraf sensoris yang merupakan stimulus yang diterima oleh reseptor ke pusat susunan saraf sebagai alat untuk mengadakan respon yang diperlukan syaraf sensoris.
- c. Langkah pertama adanya pengertian adalah sebagai suatu persiapan untuk mengadakan persepsi tanpa perhatian dan tidak akan terjadi persepsi

Tahapan yang paling penting dalam proses persepsi ialah dengan penafsiran, interpretasi atau informasi yang dapat diperoleh dari salah satu indra. Akan tetapi, tidak bisa untuk menginterpretasi makna dalam setiap objek secara langsung,

melainkan dengan cara menginterpretasikan makna informasi yang diperoleh melalui persepsi bukan dengan pengetahuan yang mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Tetapi, kemampuan setiap orang akan berbeda-beda dalam mengindrakan lingkungannya, karena itu juga berbeda secara pengalaman, berbeda genetik dan pembelajaran, atau karena sebagian dari alat indranya kurang berfungsi karena faktor usia tua ataupun karena kecelakaan.

2.1.3 Jenis-jenis Persepsi

Persepsi menurut Mulyana (2016:184) sebenarnya terbagi menjadi dua: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan juga persepsi terhadap manusia atau sosial. Persepsi terhadap manusia merupakan yang kompleks dan paling sulit, karena manusia memiliki sifat dinamis. Dari kedua jenis ini persepsi memiliki berbagai perbedaan yaitu:

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan untuk persepsi terhadap orang dapat melalui dengan lambang-lambang yang verbal dan non verbal. Manusia merupakan yang lebih efektif daripada kebanyakan objek dan sulit untuk diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek dapat menanggapi sifat-sifat dari luar. Sedangkan untuk persepsi terhadap manusia dapat berupa sebagai sifat-sifat luar dan dalam (motif, perasaan, harapan, dan sebagainya).
- c. Objek adalah suatu yang tidak bereaksi, sedangkan manusia sendiri dapat bereaksi. Dengan kata lain, objek bersifat statis, sedangkan untuk manusia memiliki sifat yang dinamis. Oleh karena itu, persepsi

terhadap manusia dengan cepat mudah berubah dari waktu ke waktu, lebih cepat dibandingkan dengan persepsi terhadap objek.

2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional (Rakhmat, 2015:54). David Krech dan Richard S. Cruthfield dalam Rakhmat (2015:55) menyebutnya faktor fungsional dan faktor struktural. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Faktor Fungsional

Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi yang pertama: Persepsi bersifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut. Latar belakang budaya

2. Faktor structural

Faktor struktural berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Para psikolog Gestalt, seperti Kohler, Wartheimer (1959), dan Koffka, merumuskan prinsip-prinsip persepsi yang bersifat structural. Prinsip-prinsip ini kemudian terkenal dengan teori Gestalt. Menurut teori

Gestalt, bila kita mempersepsi sesuatu, kita mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan. Kita tidak melihat bagian-bagiannya, lalu menghimpunnya. (Rakhmat, 2015:57)

2.2 Konten *Gaming* Pada Media Sosial Youtube

2.2.1 Pengertian konten

Menurut penjelasan dari website (dotnextdigital.com,2022)

Konten adalah berbagai macam informasi yang disajikan melalui beragam jenis media, konten biasanya berupa tulisan, gambar, suara atau video. Adapun beberapa jenis konten yaitu sebagai berikut :

1. Konten hiburan

Jenis konten yang satu ini merupakan jenis konten yang paling banyak digemari oleh banyak orang. Karena konten hiburan ini berisi hiburan yang menarik dan dapat membuat gelak tawa dari siapa saja yang melihatnya.

Contoh konten hiburan adalah seperti komedi, *gaming*, cerita lucu, meme, atau podcast komedi.

2. Konten informasi

Sesuai dengan namanya, jenis konten yang satu ini berisi mengenai informasi yang dicari banyak orang atau informasi mengenai berita terbaru.

Jenis konten ini harus dibuat sesuai dengan fakta yang sebenarnya.

3. Konten inspirasi

Jenis content ini, dapat memberikan efek positif bagi para audiens. Konten inspirasi bisa dituangkan dalam berbagai media seperti teks, gambar, audio,

maupun video. Contoh umum dari konten ini adalah content yang berisi kata-kata bijak, quotes, atau kisah sukses seseorang yang dapat menginspirasi.

4. Konten *blog* maupun *vlog*

Jenis konten berikut ini merupakan jenis content yang efektif. Blog biasanya dikenal dengan konten yang berisi cerita pribadi, *review*, resep dan lainnya, melalui sebuah artikel dan kemudian diposting pada sebuah website.

Sementara itu, *vlog* merupakan konten yang dikemas dalam bentuk dokumentasi video, dan kemudian *vlog* bisa diunggah di berbagai platform seperti *Youtube*, *Instagram*, *TikTok* dan lainnya.

5. Konten Edukasi

Konten edukasi, merupakan jenis konten yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang dapat memberikan ilmu atau pengetahuan kepada para audiensnya. Jenis konten ini bisa mencakup beragam hal, bisa berisi tentang pembelajaran, kesehatan, tutorial dan yang lainnya.

2.2.2 Pengertian *gaming*

Menurut penjelasan dari *website* (ruangbiologi,2021)

Pengertian *game* jika diartikan secara bahasa (berasal dari bahasa Inggris) adalah permainan. Dengan bantuan teknologi, kini *game* dapat diartikan secara lebih luas lagi. Jadi, secara istilah pengertian *game* adalah permainan yang diprogram pada suatu perangkat yang dapat dijalankan secara *offline* maupun *online*.

Berdasarkan cara bermainnya, game dapat dijalankan pada perangkat yang tidak terhubung ke internet (*offline*) dan harus terhubung ke internet (*online*) untuk dapat mengakses suatu *server* yang terpusat. Oleh karena itu, pengguna tidak dapat bermain game online apabila perangkatnya tidak terhubung ke internet.

Adapun antara game satu dengan lainnya memiliki fungsi logika yang berbeda-beda. Hal ini pula yang membuat setiap game memiliki perintah dan data yang berbeda pula. Pada dasarnya, pengertian game ini bersifat sangat global. Dengan kata lain, game tidak hanya permainan yang dapat dijalankan oleh perangkat saja, melainkan juga dapat dimainkan secara tradisional.

Hal yang paling penting dari sebuah game adalah adanya suatu aturan yang dapat menuntun jalannya sebuah permainan. Dengan adanya peraturan dalam sebuah game, pemain yang berinteraksi dengan sistem dapat terlibat langsung pada situasi tertentu dengan pemecahan masalah yang tidak terlepas dari aturan yang telah dibuat.

2.2.3 Pengertian Media Sosial

Menurut Nasrullah (2017:13) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).

Meike dan Young dalam Nasrullah (2017:11) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2017:11) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Mengutip dari pemaparan Nasrullah peneliti menyimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah perangkat di Internet untuk individu maupun komunitas saling berinteraksi yang membentuk suatu ikatan sosial secara virtual. Media sosial juga tidak dikhususkan untuk satu individu akan tetapi media sosial merupakan ruang untuk public bebas berekspresi.

2.2.3.1 Karakteristik media sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah (2017:16) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

2. Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

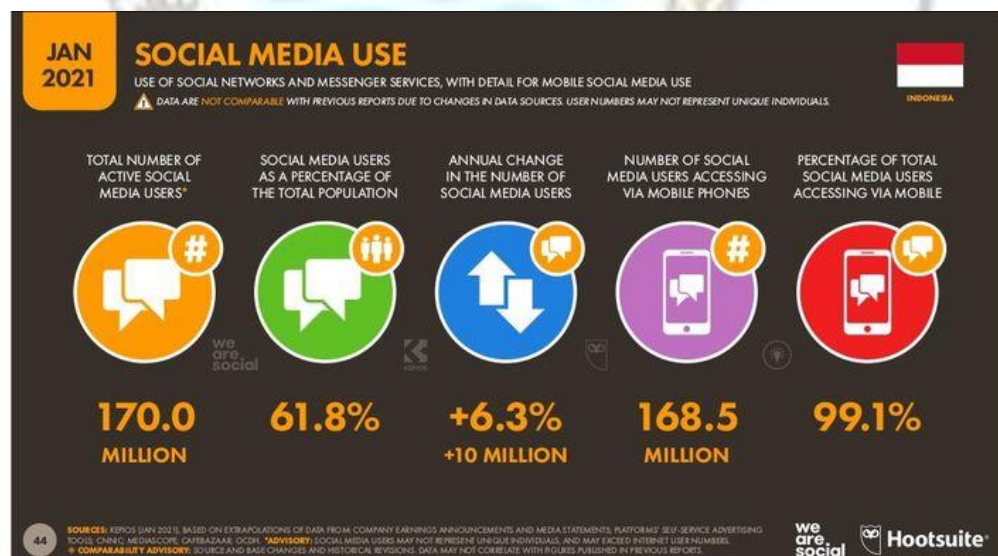
Di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

2.2.4 Pengertian Youtube

Media *youtube* merupakan layanan video berbagi yang disediakan oleh *Google* bagi para penggunanya untuk memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. *YouTube* merupakan wujud dari pergeseran teknologi internet (*world wide web*) dari “*read only web*” ke “*read write web*”, yakni dari keadaan ketika internet hanya menyediakan sumber bacaan bagi penggunanya ke keadaan ketika internet menyediakan sarana bagi penggunanya untuk membuat dan membagikan sumber bacaan bagi pengguna yang lain. Pergeseran tersebut menyebabkan *youtube* menjadi salah satu media sosial yang praktis dan mudah diakses, sehingga saat ini

youtube merupakan situs paling populer dan ditonton oleh ribuan orang tiap harinya. Kecenderungan orang menonton *youtube* naik 60% tiap tahunnya dan 40% tiap harinya. Selain itu, jumlah penonton *youtube* naik tiap tahunnya tiga kali lipat. Adapun jumlah video yang ditonton tiap harinya 100.000 video dan ada 65.000 video yang diunggah tiap jamnya. Sekitar 20 juta penonton mengunjungi *youtube* tiap bulannya dengan kisaran usia 12 - 17 tahun. Di Indonesia sendiri pengguna sosial media sangatlah besar, mulai dari media aplikasi seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan lain sebagainya sampai media berbasis video seperti *youtube*, dalam sebuah survey pada tahun 2021 dan di sajikan dalam sebuah info grafik yang di ambil dari web.

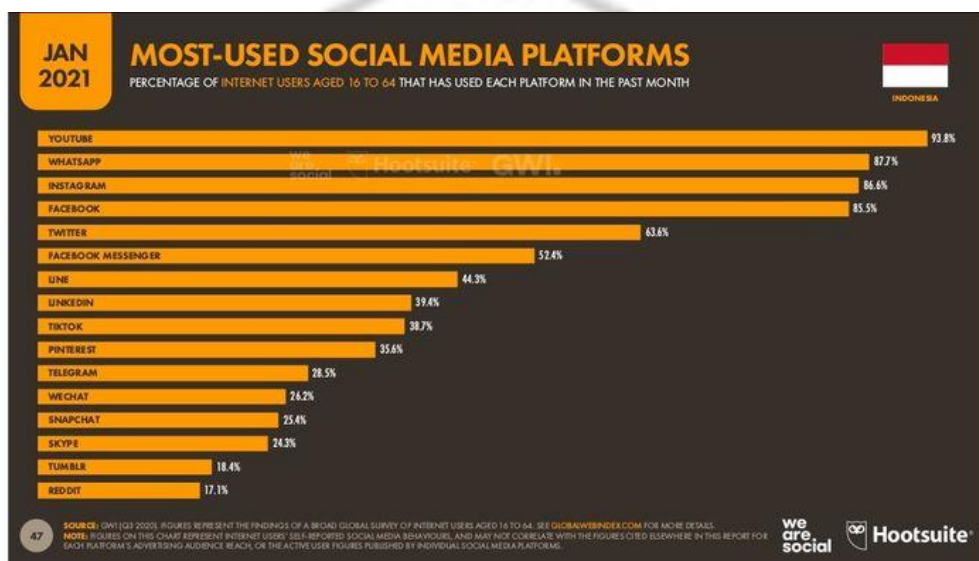
2.2.3.1 Perkembangan *youtube*



Gambar 2.1 Grafik media sosial

Infografis diatas menggambarkan tentang perkembangan pengguna media sosial. Total pengguna mencapai 160 juta pengguna, ini berarti mayoritas

penggunaan internet untuk bersosialisasi melalui media sosial. Jumlah pengguna media sosial ini mencapai 61% dari jumlah total penduduk Indonesia, dengan pengguna berbasis mobilenya mencapai 168 juta. Tidak heran jika semua platform media sosial akhirnya fokus untuk optimalisasi aplikasinya di *mobile*.



Gambar 2.2 Grafik jenis media sosial

Data grafik diatas mengungkapkan bahwa *YouTube* merupakan media sosial yang sering di kunjungi oleh warga Indonesia. *YouTube* di akses oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua sekalipun, mulai dari memutar musik melihat video tutorial, review dan lain sebagainya. Adapula jejaring sosial yang sangat populer sampai sekarang ini yang telah menjadi *website* konten audiovisual berhasil sebagai media penyebaran informasi di internet. Para pengguna internet pasti sudah pernah menggunakan *YouTube*, baik untuk media hiburan maupun untuk mencari berbagai informasi dan video tutorial. Kesuksesan

YouTube di dunia internet juga memacu banyak perusahaan untuk membuat channel khusus di *YouTube*.

Media *YouTube* adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di *YouTube* adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Tidak banyak orang menyadari bahwa sebenarnya *YouTube* memiliki kemampuan mesin pencari yang sangat hebat, karena itu Anda dapat menemukan video dengan berbagai cara dengan mudah. *YouTube* diluncurkan secara resmi pada Desember 2005, dan segera menjadi populer dalam waktu singkat. Akhirnya *Google* membelinya pada 2006 dengan nilai mencapai 1,6 juta dolar, meski saat itu *YouTube* belum mampu memberi keuntungan.

Di sini lah hebatnya visi *Google*. *Google* sendiri menyatakan bahwa akan tetap mengembangkan *YouTube* sebagai brand terpisah dari *Google*, hal sama yang dilakukan dalam menangani *Blogger*. Mencari video berdasarkan kata kunci (*keyword*), berdasarkan topik, saluran dan sebagainya. Begitu Anda temukan saluran atau pembuat konten yang Anda senangi, Anda lalu bisa berlangganan saluran mereka.

Media *YouTube* menggunakan format *Adobe Flash* untuk memutar video. Ini merupakan satu format standar yang didukung banyak peramban (*browser*), termasuk *Internet Explore*, *Opera*, *Safari*, *Firefox* dan *Chrome*. Video media *YouTube* juga bisa diputar dari berbagai perangkat mobile menggunakan format ini.

Media *YouTube* menerima video yang diunggah dengan sebagian besar format kontainer, termasuk *.AVI*, *.MKV*, *.MOV*, *.MP4*, *DivX*, *.FLV*, dan *.ogg* dan *.ogv*. Format video seperti *MPEG-4*, *MPEG*, *VOB*, dan *.WMV* juga dapat diunggah. Media *YouTube* mendukung *3GP*, sehingga video bisa diunggah dari telepon genggam. Video dengan pindai progresif atau terikat bisa diunggah, tetapi untuk kualitas video terbaik, media *youtube* menyarankan agar video pindai terikat di-*deinterlace* sebelum diunggah. Semua format video di *youtube* memakai pemindaian progresif.

Adapun istilah-istilah dalam media *youtube* yaitu:

- a. *Subscribe*: membantu kita untuk dengan mudah mengikuti informasi terbaru dari *channel* favorit
- b. *Streaming*: proses mengalirkan atau mentransfer data dari *server* kepada *host* dimana data tersebut merepresentasikan informasi yang harus disampaikan secara langsung (*real time*)
- c. *Buffering*: jeda waktu yang kita rasakan pada saat kita ingin mengakses sesuatu di internet, terutama file video semisal di *YouTube*, dimana kita melihat tanda seperti jam pasir, melingkar lingkaran beberapa saat sampai akhirnya file yang ingin kita akses pun berhasil keluar.
- d. *VLOG* (*Video Blog*): Sebuah konten kreatif yang dibuat oleh seseorang atau *YouTubers* untuk membagikan diary kehidupannya

dalam bentuk video yang sengaja di tayangkan kepada banyak orang secara gratis.

- e. *Youtubers*: Adalah Sebuah istilah yang ditujukan bagi mereka yang sering berbagi video melalui kanal *YouTube*. Profesi ini memang bisa mendatangkan keuntungan. *Youtubers* biasanya membuat sebuah video lucu, menarik, unik, kreatif, ataupun video tentang kesehariaanya (VLOG). Dan merupakan hobinya di waktu luang. Kalau videonya cukup ramai subscribarnya pun akan bertambah setiap harinya tapi itu tergantung dengan video yang dibuatnya.

Jutaan video diupload ke *YouTube* setiap harinya, jutaan penonton pun datang silih berganti mengunjungi halaman *YouTube*, tak bisa dipungkiri bahwa *YouTube* adalah tempat berbagi file video terbesar di dunia. Banyak sekali jenis video yang bisa kita dapatkan di *YouTube*, website ini sangat cocok untuk anda yang sedang mencari informasi, berita dan hiburan dalam bentuk video. Adapun jenis konten video di *YouTube*:

- a. Video Music

Jutaan video diupload ke *YouTube* setiap harinya, jutaan penonton pun datang silih berganti mengunjungi halaman *YouTube*, tak bisa dipungkiri bahwa *YouTube* adalah tempat berbagi file video terbesar di dunia. Banyak sekali jenis video yang bisa kita dapatkan di *YouTube*, website ini sangat cocok untuk anda yang sedang mencari informasi, berita dan hiburan dalam bentuk video. Adapun jenis konten video di *YouTube*:

b. Video Movie/Film

YouTube telah menggiring para penonton untuk menikmati movie atau film cukup di rumah saja.

c. Video Lucu

Hiburan yang di sajikan terkadang sederhana, tetapi konsep untuk menghibur orang itulah yang paling penting. Orang bisa melepas kelelahan dengan melihat video yang lucu, tak jarang juga bisa menyembuhkan stres walaupun hanya sesaat. Jenis video ini mempunyai jumlah rating penonton yang cukup tinggi, sebagai contoh *Youtuber* Indonesia muda yang sukses adalah Bayu Skak.

d. Video Olahraga

Jumlah penonton jenis video ini juga termasuk lumayan tinggi, banyak orang tidak sempat melihat siaran langsung olahraga karena urusan waktunya sendiri. Di wilayah Eropa dan Amerika jenis video olahraga yang menantang banyak di gemari, banyak juga para *Youtuber* dari sana yang berlomba-lomba membuat video semacam ini.

e. Video Tentang Game

Bukan lagi menjadi pembicaran umum kalau game disukai semua kalangan, baik yang muda maupun usia menengah. Game video tentang dan strategi banyak di upload para gamers. Video ini menjadi populer dikalangan gamers lainnya. Salah satu *Youtuber* Game yang populer adalah Windah Basudara

f. Video Berita

Seperti yang sudah saya jelaskan di atas, tidak sedikit banyak orang yang mempunyai banyak waktu untuk mengikuti perkembangan berita, sebagian dari mereka hanya bisa melihat rekaman video saja. Biasanya video yang disajikan adalah video yang paling hangat, tentang politik serta kejadian kriminal. Saat ini banyak video yang melambung jumlah penontonnya tentang gejolak Timur Tengah.

g. Video Tutorial

Jenis video ini banyak digemari oleh orang-orang yang ingin belajar secara langsung, biasanya orang akan lebih jelas jika langsung melihat medianya dan langsung mempraktekan. Video jenis tutorial ini sangat banyak membantu bagi orang yang awam sekalipun. Contoh video yang membahas cara mengedit video dan efek, photoshop, belajar gitar, tutorial membuat blog, serta banyak lagi.

h. Video Pengajaran atau Ilmu Pengetahuan

Konten yang satu ini merupakan menyajikan materi pelajaran atau yang lainnya secara berbeda, bias mulai dari video orang menerangkan materi, berupa animasi, berupa slide, kartun, dan lain sebagainya untuk menarik minat yang menonton video tersebut.

i. Video Unik, Aneh, dan Menarik

Video ini juga mendapat banyak perhatian dari banyak penonton, banyak sekali yang tertarik untuk melihat jenis video ini. Banyak hal yang unik dan aneh yang terjadi di belahan dunia, tidak sedikit pula yang merekamnya secara langsung dan mengupload videonya ke *YouTube*.

j. Video Tentang Alam dan Wisata

Video yang mengekspos alam bagi yang menyukai berpetualang atau menjelajah, cukup banyak wisatawan asing mengenal Indonesia hanya dari melihat video saja.

Populer dan favoritnya media *YouTube* di kalangan pengguna internet menunjukkan bahwa ada hal-hal tertentu yang ditawarkan oleh *YouTube*. Willmont, dkk. menjelaskan bahwa video dapat menginspirasi sekaligus mengaktifkan siswa ketika video tersebut diintegrasikan ke dalam aktivitas pembelajaran yang berpusat pada siswa, yakni meningkatkan motivasi, memperkaya kemampuan komunikasi, dan menambah rata-rata nilai. Senada dengan Willmot, Young dan Asensio menemukan bahwa video telah menjadi media penyebaran pendidikan arus utama yang diakibatkan oleh semakin rendahnya biaya produksi. Sumber daya seperti media *YouTube* telah memungkinkan setiap orang yang dapat menggunakan kamera dan komputer untuk membuat dan menyebarkan video. Mereka menemukan bahwa banyak kegunaan video untuk pembelajaran seperti catatan harian video, stimulasi, dan urutan pembelajaran. Dan untuk menyediakan bantuan praktis bagi guru berupa rancangan pedagogis mereka dan pengembangan video untuk pembelajaran daring.

2.2.5 Youtube Sebagai Media Hiburan

Industri hiburan atau *show biz* terdiri dari sejumlah besar sub industri yang ditujukan khusus pada hiburan yang sering digunakan oleh perusahaan media massa yang mengontrol distribusi dan pembuatan hiburan media massa. *Youtube* yang

merupakan bagian dari komunikasi massa, yang juga termasuk dalam bagian dari industri hiburan. *Youtube* memiliki beberapa macam karakteristik di dalamnya, yaitu tidak adanya batasan untuk mengunggah durasi video yang diinginkan, *Youtube* juga memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah video nya dan mendapat minimal 1000 viewers maka akan diberikan keuntungan berupa uang. Selain itu, *Youtube* memiliki manfaat yang nyata dan aplikatif bagi keperluan pengguna. Salah satu contohnya adalah *Youtube* digunakan sebagai industri seni dan hiburan. *Youtube* membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan semisal video lucu, video tutorial, video pengetahuan, video tentang game, dan video clip dari penyanyi atau band kesayangan, film dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya. Sebagian dari video tersebut merupakan video ber genre hiburan, termasuk streaming siaran hiburan yang mereka lewatkan, sehingga kehadiran *Youtube* di sini sangat berperan penting.

2.3 Remaja

2.3.1 Pengertian Remaja

Remaja berasal dari kata latin *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik. Pada masa ini sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua (Asrori, 2016).

Masa remaja adalah suatu periode transisi dalam rentang kehidupan manusia, yang menjembatani masa kanak-kanak dan masa dewasa. (dalam Santrock, 2012).

Menurut Asrori dan Ali (2016), remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar. Memasuki masyarakat dewasa ini mengandung banyak aspek afektif, lebih atau kurang dari usia pubertas.

Masa remaja adalah masa peralihan manusia dari anak-anak menuju dewasa. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu usia 12/13 tahun sampai dengan 17/18 tahun adalah remaja awal, dan usia 17/18 tahun sampai dengan 21/22 tahun adalah remaja akhir. Menurut hukum di Amerika Serikat saat ini, individu dianggap telah dewasa apabila telah mencapai usia 18 tahun, dan bukan 21 tahun seperti ketentuan sebelumnya. Pada usia ini, umumnya anak sedang duduk di bangku sekolah menengah. (dalam Moh Asrori dan Moh Ali, 2016).

Masa remaja merupakan salah satu periode dari perkembangan manusia. Masa ini merupakan masa perubahan atau peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologis, perubahan psikologis, dan perubahan sosial. Di sebagian besar masyarakat dan budaya masa remaja pada umumnya dimulai pada usia 10-13 dan berakhir pada usia 18-22 tahun. (dalam Notoatmodjo, 2007).

Masa remaja merupakan peluang sekaligus resiko. Para remaja berada dipertigaan antara kehidupan cinta, pekerjaan, dan partisipasi dalam masyarakat dewasa. Belum lagi, masa remaja adalah masa di mana para remaja terlibat dalam perilaku yang menyempitkan pandangan dan membatasi pilihan mereka. (dalam, Papalia et al 2008).

Remaja juga sedang mengalami perkembangan pesat dalam aspek intelektual. Transformasi intelektual dari cara berpikir remaja ini memungkinkan mereka tidak hanya mampu mengintegrasikan dirinya kedalam masyarakat dewasa, tapi juga merupakan karakteristik yang paling menonjol dari semua periode perkembangan (dalam, Asrori 2016)

Dari beberapa pengertian remaja menurut para ahli di atas dapat di simpulkan bahwa remaja adalah suatu periode transisi dari masa awal anak-anak hingga masa awal dewasa, yang dimasuki pada usia kira kira 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 tahun hingga 22 tahun. Masa remaja bermula pada perubahan fisik yang cepat, penambahan berat dan tinggi badan yang dramatis, perubahan-perubahan bentuk tubuh, dan perkembangan karakteristik seksual seperti pembesaran buah dada, perkembangan pinggang dan kumis, dan dalamnya suara.

2.3.2 Tahap-Tahap Perkembangan Remaja

Menurut Ali.M dan Asrori.M, (2016), Tahap perkembangan remaja ada 3 tahap perkembangan dalam proses penyesuaian diri menuju dewasa :

- a. Remaja Awal (Early Adolescence)

Seorang remaja pada tahap ini berusia 10-12 tahun masih terheran-heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan-perubahan itu. Mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis, dan mudah terangsang secara erotis. Dengan dipegang bahunya saja oleh lawan jenis, ia sudah berfantasi erotik. Kepekaan yang berlebih-lebihan ini ditambah dengan berkurangnya kendali terhadap “ego”. Hal ini menyebabkan para remaja awal sulit dimengerti orang dewasa.

b. Remaja Madya (Middle Adolescence)

Tahap ini berusia 13-15 tahun. Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan kawan-kawan. Ia senang kalau banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan “*narastic*”, yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Selain itu, ia berada dalam kondisi kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana: peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimis, idealis atau materialis, dan sebagainya. Remaja pria harus membebaskan diri dari *Oedipoes Complex* (perasaan cinta pada ibu sendiri pada masa kanak-kanak) dengan mempererat hubungan dengan kawan-kawan dari lawan jenis.

c. Remaja Akhir (*Late Adolsence*)

Tahap ini (16-19 tahun) adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian lima hal dibawah ini.

1. Minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.

2. Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dan dalam pengalaman-pengalaman baru.
3. Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
4. Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
5. Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan masyarakat umum (*the public*).

2.3.3 Karakteristik Umum Perkembangan Remaja

Menurut Asrori dan Ali (2016), Karakteristik remaja berhubungan dengan pertumbuhan (perubahan-perubahan fisik) ditandai oleh adanya kematangan seks primer dan sekunder. Sedangkan karakteristik yang relevan dengan perkembangan (perubahan-perubahan aspek psikologis dan sosial).

a. Pertumbuhan fisik “Kematangan seks primer”

Kematangan seks primer adalah ciri-ciri yang berhubungan dengan kematangan fungsi reproduksi. Kematangan seks primer bagi remaja perempuan ditandai dengan datangnya menstruasi (*menarche*). Dengan timbulnya kematangan primer ini remaja perempuan merasa sakit kepala, pinggang, perut, dan sebagainya yang menyebabkan merasa capek, mudah lelah, cepat marah. Adapun kematangan seks primer bagi remaja laki-laki ditandai dengan mimpi basah (*nocturnal emission*).

b. Pertumbuhan fisik “Kematangan seks Sekunder”

Karakteristik seks skunder yaitu ciri-ciri fisik yang membedakan dua jenis kelamin. Perubahan ciri-ciri skunder pada remaja laki-laki nampak seperti timbulnya “pubic hair” rambut di daerah alat kelamin, timbulnya “axillary hair” rambut di ketiak, seringkali tumbuh dengan lebat rambut di lengan, kaki, dan dada, kulit menjadi lebih kasar dari pada anak-anak, timbulnya jerawat, kelenjar keringat bertambah besar dan bertambah aktif sehingga banyak keringat keluar. Otot kaki dan tangan membesar, dan timbulnya perubahan suara. Karakteristik seks skunder remaja perempuan ditandai seperti perkembangan pinggul yang membesar dan menjadi bulat, perkembangan buah dada, timbul “*pubic hair*” rambut di daerah kelamin, timbul “*axillary hair*” rambut di ketiak, kulit menjadi kasar dibandingkan pada anak-anak, timbul jerawat, kelenjar keringat bertambah aktif sehingga banyak keringat yang keluar dan tumbuhnya rambut di lengan dan kaki

c. Perkembangan aspek psikologi dan sosial

Karakteristik yang relevan dengan perkembangan (aspek psikologis dan sosial) telah ditandai oleh adanya hal berikut :

1. Kegelisahan

Remaja mempunyai banyak idealisme angan-angan atau keinginan yang hendak diwujudkan di masa depan. Akan tetapi sesungguhnya remaja belum memiliki banyak kemampuan yang memadai untuk mewujudkan semua itu. Tarik menarik antara angan yang tinggi dengan kemampuan yang belum memadai mengakibatkan mereka diliputi perasaan gelisah.

2. Pertentangan

Pertentangan pendapat remaja dengan lingkungan khususnya orang tua mengakibatkan kebingungan dalam diri remaja itu sendiri maupun pada orang lain

3. Mengkhayal

Keinginan menjelajah dan berpetualang tidak semuanya tersalurkan. Biasanya terhambat dari segi biaya, oleh karena itu mereka lalu mengkhayal mencari kepuasan. Khayalan ini tidak selamanya bersifat negatif, justru kadang menjadi sesuatu yang konstruktif. Misalnya munculnya sebuah ide cemerlang.

4. Aktivitas kelompok

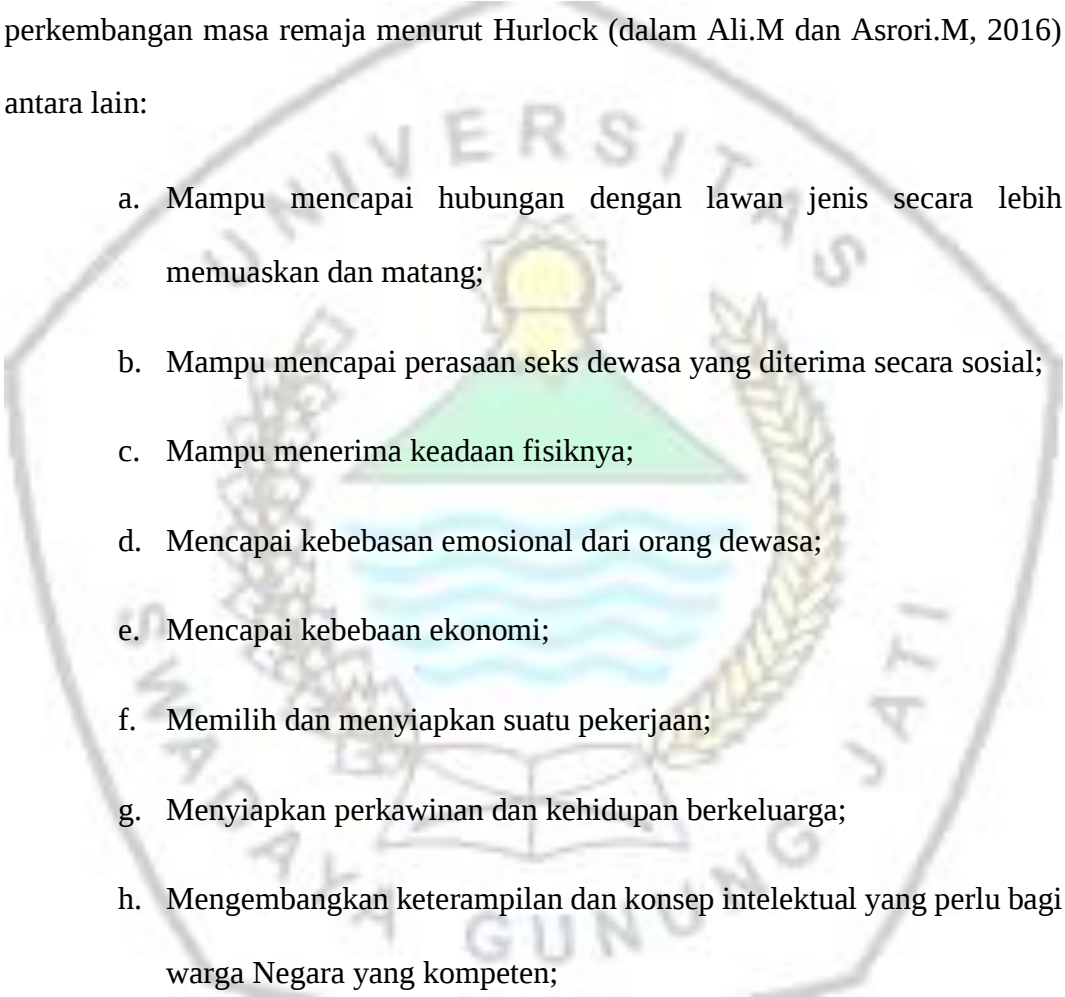
Berbagai macam keinginan remaja dapat tersalurkan setelah mereka berkumpul dengan rekan sebaya untuk melakukan kegiatan bersama.

5. Keinginan mencoba sesuatu

Remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (high curiosity), mereka lalu menjelajah segala sesuatu dan mencoba segala sesuatu yang belum pernah dialaminya. Remaja Indonesia menunjukkan bahwa perkembangan yang sempurna membawa peranan sosial sesuai dengan jenis kelamin mereka, dapat mempertimbangkan dan mengambil keputusan sendiri, melepaskan diri dari ikatan emosional dengan orang tua, memulai hidup berkeluarga, memulai hidup dalam ketatasusilaan dan keagamaan.

2.3.4 Tugas-Tugas Perkembangan Masa Remaja

Tugas-tugas perkembangan tersebut dikaitkan dengan fungsi belajar, karena pada hakikatnya perkembangan kehidupan manusia dipandang sebagai upaya meninggalkan sikap dan perilaku kekanak-kanakan dan upaya mempelajari norma kehidupan dan budaya masyarakat agar ia (mereka) mampu melakukan penyesuaian diri dengan baik di dalam kehidupan nyata. Adapun tugas-tugas perkembangan masa remaja menurut Hurlock (dalam Ali.M dan Asrori.M, 2016) antara lain:

- 
- a. Mampu mencapai hubungan dengan lawan jenis secara lebih memuaskan dan matang;
 - b. Mampu mencapai perasaan seks dewasa yang diterima secara sosial;
 - c. Mampu menerima keadaan fisiknya;
 - d. Mencapai kebebasan emosional dari orang dewasa;
 - e. Mencapai kebebasan ekonomi;
 - f. Memilih dan menyiapkan suatu pekerjaan;
 - g. Menyiapkan perkawinan dan kehidupan berkeluarga;
 - h. Mengembangkan keterampilan dan konsep intelektual yang perlu bagi warga Negara yang kompeten;
 - i. Menginginkan dan mencapai tingkah laku yang bertanggung jawab secara sosial; dan
 - j. Mampu menggapai suatu perangkat nilai yang digunakan sebagai pedoman tingkah laku.

