

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era digitalisasi saat ini perkembangan teknologi digital telah melaju dengan pesat, memungkinkan berbagai kalangan untuk mengakses media digital dengan mudah. Informasi dan penyebaran berita kini terjadi dalam waktu yang sangat cepat, sehingga masyarakat di seluruh dunia dapat mengetahui peristiwa yang terjadi di tempat lain tanpa harus menunggu proses distribusi yang panjang seperti pada era konvensional. Perubahan ini juga sangat terasa dalam perkembangan media sosial. Generasi milenial, yang lahir di era digital, lebih memilih platform media yang interaktif, personal, dan mudah diakses melalui perangkat seperti smartphone dan tablet. Dengan demikian, media konvensional mulai ditinggalkan oleh generasi ini. Perubahan perilaku di setiap generasi menyebabkan pergeseran besar dalam penggunaan media lama ke media baru yang menawarkan fitur-fitur lebih menarik. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya mengubah cara kita berkomunikasi, tetapi juga membentuk cara pandang dan interaksi sosial masyarakat.

Jumlah pengguna sosial sendiri sangat pesat dari tahun ke tahun, tercatat ada 5.04 miliar pengguna aktif media sosial per 31 Januari oleh<sup>1</sup>, berdasarkan

---

1. <sup>1</sup> S. Kemp, "Laporan," We Are Social, 31 Januari 2024, <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>.

sumber dari RRI pengguna media sosial di Indonesia sendiri pada tahun 2024 mencapai 191 juta pengguna (73% dari populasi) yang mana dari data ini ada sekitar 167 pengguna aktif (64,3% dari populasi), penetrasi internet 242 juta pengguna (93,4% dari populasi), Sementara dari segi umur sendiri, pengguna media sosial didominasi oleh usia 18-34 tahun (54,1%), dengan jenis kelamin perempuan (51,3%) sementara laki-laki (48,7%). Frekuensi penggunaan masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan 3 jam 14 menit per hari dan 81% mengaksesnya setiap hari. Aktivitas yang sering dilakukan pun beragam mulai dari berbagi foto/video (81%), komunikasi (79%), berita/informasi (73%), hiburan (68%), belanja online (61%).<sup>2</sup>

Media sosial kini telah menjadi semacam hal yang tidak terpisahkan dengan kehidupan sosial, penggunaan yang semakin mudah dan fleksibel menjadikan masyarakat ketergantungan dengan media sosial. Di seluruh dunia tersebar berbagai macam media sosial yang bisa digunakan oleh masyarakat, menurut data GoodStats ditetapkan sebagai media *social* terpopuler di tahun 2024. Jumlah pengguna media sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg tersebut mencapai 3,05 miliar pengguna aktif. Adapun di posisi kedua diduduki oleh YouTube, dengan total pengguna sekitar 2,49 miliar. WhatsApp dan Instagram sama-sama mengisi di urutan ketiga dengan pengguna aktif sebanyak 2 miliar.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> A.D. Panggabean, "Berita," RRI, Jumat, Mei 2024, <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>.

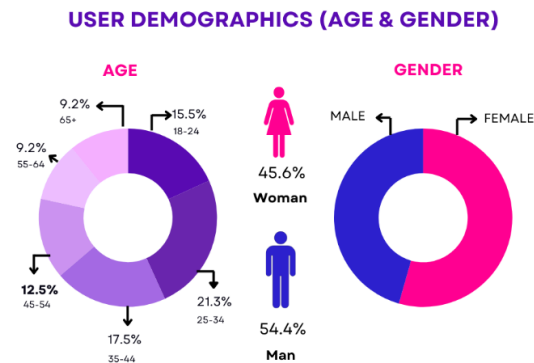
<sup>3</sup> A.Z. Yonathan, "Statistik," GoodStats, Minggu, Februari 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/10-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-2024-CaJT1>.

Menurut data dari *AFFMaven* YouTube memiliki lebih dari 2.70 miliar pengguna aktif secara global pada tahun 2024. Platform ini telah berkembang menjadi ekosistem yang tidak hanya menyediakan hiburan, tetapi juga Pendidikan, bisnis, dan komunikasi lintas budaya. Dari total pengguna global, demografi pengguna YouTube 54.4% pengguna adalah laki-laki sedangkan 45.6% adalah Perempuan. Selain itu, YouTube memiliki kemampuan luar biasa untuk menjangkau 81% dari seluruh pengguna internet di dunia, yang menjadikan platform ini memiliki pengguna yang sangat banyak. Di Indonesia, penggunaan YouTube tercatat pada peringkat ke 4 pengguna YouTube terbanyak di dunia dengan jumlah 139 juta pada tahun 2024. Sebagai platform yang menjangkau audiens global dan local secara luas, YouTube tidak hanya berperan sebagai media hiburan tetapi juga sebagai alat untuk memperluas wawasan, menyebarkan informasi yang cepat, dan mendorong interaksi sosial yang lebih luas. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, YouTube semakin menjadi bagian yang sudah melekat dalam kehidupan digital Masyarakat dunia, termasuk di Indonesia.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Nidhi, "Statistika," AFFMaven, Rabu, Januari 2025, <https://affmaven.com/id/youtube-statistics/>.

Gambar 1.1 Demografi Pengguna YouTube (Usia dan Jenis Kelamin)



Sumber : AFFMaven

Menjadi YouTuber adalah pilihan karier yang semakin populer di era digital. Banyak orang tertarik dengan profesi ini karena berbagai alasan yang unik dan beragam. Salah satu alasan utamanya adalah keinginan untuk mengekspresikan kreativitas. YouTube memberikan kebebasan kepada kreator untuk menciptakan berbagai jenis konten, seperti vlog, musik, tutorial, dan komedi, yang memungkinkan mereka berbagi ide dengan audiens global. Selain itu, YouTube juga menawarkan peluang penghasilan yang menjanjikan. Dengan monetisasi, seperti iklan, sponsor, atau penjualan merchandise, seorang YouTuber dapat mengubah hobi menjadi pekerjaan yang menghasilkan. Fleksibilitas kerja juga menjadi daya tarik, karena mereka dapat mengatur jadwal sesuai keinginan tanpa terikat jam kerja yang kaku. Hal ini memungkinkan para creator untuk bekerja di mana saja dan kapan saja, selama mereka memiliki koneksi internet. Kebebasan ini memberikan kesempatan bagi

para YouTuber untuk menyeimbangkan pekerjaan dengan kehidupan pribadi, sehingga menciptakan pengalaman kerja yang lebih nyaman dan memuaskan.

Bagi sebagian orang, menjadi YouTuber adalah cara untuk membangun komunitas dan terhubung dengan individu yang memiliki minat serupa. Interaksi dengan audiens menciptakan rasa kebersamaan yang unik. Selain itu, popularitas dan pengakuan yang didapat melalui platform ini sering menjadi motivasi bagi mereka yang ingin dikenal lebih luas. Tak sedikit pula yang memilih YouTube sebagai media untuk berbagi pengetahuan atau keahlian mereka, seperti tutorial memasak, pelajaran, atau teknologi. Ada juga yang memanfaatkan platform ini untuk menyuarakan isu sosial dan menciptakan perubahan positif di masyarakat. Pada akhirnya, bagi banyak orang, YouTube adalah kombinasi antara hobi, peluang, dan tantangan baru yang memungkinkan mereka belajar, berkembang, dan berbagi dengan dunia. Hal tersebut yang memicu banyak orang untuk mengunggah bermacam jenis video yang berbeda – beda ke platform YouTube untuk sekedar hobi ataupun mencari pemasukan.

Dalam menjalani pekerjaan ini salah satu kunci kesuksesan seorang YouTuber adalah kemampuannya untuk menarik perhatian penonton., yang dapat dilakukan melalui berbagai strategi kreatif dan inovatif. Salah satu cara yang sering digunakan oleh YouTuber untuk mencapai tujuan ini adalah dengan menggunakan *thumbnail* yang menarik dan provokatif, yang sering disebut sebagai *clickbait*. *Thumbnail* yang efektif biasanya dirancang untuk

membangkitkan rasa penasaran penonton, dengan elemen visual yang mencolok, judul yang memancing rasa ingin tahu, dan penggunaan ekspresi atau gambar yang dramatis sehingga penonton merasa tergoda untuk mengklik video tersebut. Seiring perkembangan media YouTube di Indonesia para Masyarakat sangat antusias menjadi *Content Creator/YouTuber*, salah satu kategori konten yang diminati oleh creator lokal adalah di bidang game, yang terus berkembang pesat dan memiliki audiens yang besar serta loyal. Dengan semakin banyaknya creator yang bergabung dalam industri, persaingan pun menjadi semakin ketat, sehingga inovasi dalam konten, gaya penyajian, dan strategi pemasaran menjadi hal yang sangat penting untuk mencapai kesuksesan di platform ini.

Windah Basudara merupakan salah satu *Content Creator/YouTuber* game yang populer di kalangan Masyarakat khususnya di kalangan gamers. Windah Basudara memulai perjalanan kariernya pada 29 Desember tahun 2018, dengan memainkan game game nostalgia dan viral Windah Basudara mulai dikenal di kalangan para Masyarakat dengan gimmicknya saat bermain game dan dia sendiri dijuluki sebagai bapak bocil kematian. Saat ini subscriber Windah Basudara telah mencapai 15,4 Juta, hal ini menjadikan Windah Basudara sebagai salah satu YouTuber gaming terpopuler di Indonesia, Windah Basudara sendiri telah berhasil meraih beberapa penghargaan sebagai YouTuber game seperti Pembuat konten Game Terfavorit oleh Indonesian Esports Awards 2021, Pembuat Konten Game Tahun 2021 oleh Dunia Games Awards 2021, Pembuat Konten Game Terfavorit oleh Indonesian Esports Awards 2022. Windah

Basudara telah berhasil menarik jutaan subscriber dengan konten videonya yang menghibur. Salah satu ciri khas dari konten Windah Basudara adalah penggunaan *thumbnail* yang menarik dan seringkali bersifat *clickbait*. Penggunaan *thumbnail clickbait* ini memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana elemen-elemen *clickbait* dalam *thumbnail* ini dapat menarik penonton sehingga dapat meningkatkan jumlah penonton videonya.

Gambar 1. 2 Content Creator Gaming Favorit 2021



Sumber : YouTube officialgtvid

Gambar 1. 3 Content Creator of the Year 2021



Sumber : Dunia Games

Gambar 1. 4 Content Creator Gaming Terfavorite 2022



*Sumber : YouTube officialgtvid*

*Clickbait* merupakan hal yang lazim ditemukan saat ini. *Clickbait* adalah sebuah Teknik pembuatan judul ataupun cuplikan dari sebuah video yang dirancang agar terlihat lebih menarik dan menambah elemen sensasional yang memancing rasa penasaran.<sup>5</sup> Tujuan utama dari penggunaan *Clickbait* adalah untuk mendapatkan lebih banyak *viewer* tanpa melihat kualitas video yang disajikan dengan adanya sensasional dan memprofokasi orang-orang untuk melihatnya. Dengan kata lain, *clickbait* adalah strategi yang lebih mengutamakan daya tarik luar, seperti judul dan *thumbnail*, dibandingkan dengan substansi atau isi dari konten itu sendiri. Menurut kamus Merriam-Webster, *clickbait* headline adalah suatu judul yang dirancang sedemikian rupa sehingga orang yang melihat menjadi penasaran dan akhirnya membuka situs website yang ada. Definisi ini menggambarkan bahwa *clickbait* lebih fokus pada aspek psikologis penonton, di mana mereka merasa tidak puas jika tidak membuka konten tersebut untuk mendapatkan jawaban dari rasa penasaran yang telah dipicu.<sup>6</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, *clickbait* penting untuk dianalisis karena penggunaannya semakin hari semakin meluas di berbagai kanal media *social*,

---

<sup>5</sup> U.E. Riska Sagita, "Klasifikasi Berita Clickbait Menggunakan K-Nearest Neighbor (KNN)," *Journal of Informations* (2020): 230-239.

<sup>6</sup> Y. Yamlean, "Journalism dan Pelanggaran Etika Jurnalistik (Studi Kasus Pelanggaran Etika Jurnalistik dalam Praktik Clickbait pada Media Online)" (2019).



khususnya di kalangan sosial media influencer yang memiliki pengaruh besar terhadap audiens mereka. Dalam konteks ini, *clickbait* tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan jumlah penonton tetapi juga menjadi bagian dari strategi pemasaran digital yang bertujuan memperluas jangkauan audiens. Sehingga relevan untuk terus dikaji dampaknya terhadap perilaku penonton dan kredibilitas konten di era media digital.

## B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Dalam era digital saat ini, YouTube menjadi salah satu platform terbesar untuk berbagi dan menonton video, termasuk konten game. Salah satu YouTuber gaming yang sangat populer di Indonesia adalah Windah Basudara, yang dikenal tidak hanya karena gaya bermainnya yang menghibur, tetapi juga karena *thumbnail* video yang menarik perhatian. Penggunaan *thumbnail clickbait* menjadi strategi yang umum untuk meningkatkan jumlah penonton, namun di sisi lain dapat menimbulkan pertanyaan mengenai keakuratan dan etika penyajian konten.

Agar penelitian lebih terarah dan fokus, maka ditetapkan beberapa batasan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya menganalisis *thumbnail* video gaming pada akun YouTube Windah Basudara, tidak termasuk konten di platform lain seperti Instagram, TikTok, atau Facebook.
2. Analisis hanya mencakup video yang dipublikasikan dalam periode waktu ( Januari 2022 – Januari 2025)

3. Pendekatan yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif untuk mendata dan menghitung kemunculan elemen-elemen visual dan analisis framing kualitatif untuk menafsirkan pesan atau makna di balik tampilan *thumbnail*.
4. Elemen yang dianalisis mencakup: ekspresi wajah, komposisi desain teks dan gambar, elemen visual (logo, karakter game), gaya bahasa, serta data engagement (views, likes, komentar, shares) yang tersedia di masing-masing konten video di akun YouTube Windah Basudara
5. Penelitian tidak membahas reaksi psikologis penonton secara langsung, karena tidak dilakukan survei atau wawancara terhadap audiens.

#### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana elemen-elemen *clickbait* pada *thumbnail* video gaming di akun YouTube Windah Basudara dirancang untuk menarik perhatian audiens?
2. Sejauh mana penggunaan elemen *clickbait* dalam *thumbnail* mendapat ketertarikan audiens terhadap konten video gaming di akun Windah Basudara?

#### D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana elemen-elemen *clickbait* dirancang dalam *thumbnail* video gaming di akun YouTube Windah Basudara untuk menarik perhatian audiens.

2. Menjelaskan sejauh mana elemen *clickbait* pada *thumbnail* mendapatkan ketertarikan audiens terhadap konten video gaming di akun Windah Basudara.

#### E. Kegunaan Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang komunikasi visual dan studi media digital. Dengan mengkaji elemen-elemen *clickbait* melalui pendekatan analisis isi kuantitatif serta framing kualitatif, penelitian ini memperkaya pemahaman mengenai cara kerja representasi visual dalam menarik perhatian audiens dan membentuk persepsi publik terhadap konten video. Temuan penelitian ini juga mendukung relevansi teori framing dan teori komunikasi massa dalam konteks media baru seperti YouTube.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan tentang cara/strategi penggunaan *thumbnail* yang efektif untuk meningkatkan respon/ketertarikan audiens tanpa menurunkan kredibilitas dan juga penelitian ini dapat membantu para konten creator YouTube yang lain bagaimana elemen *clickbait* mempengaruhi audiens.

##### 3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya pada pembelajaran media digital

dan juga dapat menjadi rujukan bagi akademisi yang tertarik menganalisis fenomena *clickbait* di platform media sosial lainnya.

#### F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada analisis isi terhadap *thumbnail* video gaming yang diunggah oleh akun YouTube Windah Basudara. Fokus utama penelitian adalah mengkaji bagaimana elemen-elemen visual dan gaya bahasa yang bersifat *clickbait* digunakan dalam *thumbnail* video, serta keterkaitannya dengan tingkat interaksi dan engagement dari penonton.

1. Objek Penelitian pada penelitian ini adalah *thumbnail* video yang diunggah oleh akun Windah Basudara, khusus pada konten gaming, tidak termasuk video non-gaming seperti vlog, podcast, atau video charity yang tidak terkait dengan permainan.
2. Aspek yang Dianalisis adalah :  
 Ekspresi wajah dalam *thumbnail* (marah, senang, terkejut, sedih, netral). Komposisi desain teks dan gambar (letak, ukuran, efek visual). Elemen visual seperti logo, karakter/ikon game. Gaya bahasa yang digunakan (kata provokatif, huruf kapital, superlatif, tanda baca). Kesesuaian dengan konten video (judul, genre, durasi). Data interaksi seperti jumlah views, likes, komentar, dan shares.
3. Batasan Teknis pada penelitian hanya menggunakan data yang tersedia secara publik di platform YouTube tanpa mengakses

data internal atau wawancara langsung dengan kreator atau audiens.

#### G. Penegasan Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Pada variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Thumbnail clickbait*, yaitu penggunaan elemen visual dan verbal pada gambar pratinjau (*thumbnail*) video YouTube yang dirancang untuk menarik perhatian secara berlebihan dan mendorong pengguna untuk mengklik video. Kemudian pada variabel terikat dalam penelitian ini adalah Akun YouTube Windah Basudara, yang dianalisis dari sisi kinerja dan interaksi terhadap video yang menggunakan *thumbnail clickbait*. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana penggunaan elemen-elemen *clickbait* pada *thumbnail* (variabel bebas) memengaruhi interaksi penonton terhadap video di akun YouTube Windah Basudara (variabel terikat).

#### H. Sistematika Penulisan

##### 1. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal memuat halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, transliterasi dan abstraksi.

##### 2. Bagian Utama Skripsi

Bagian utama terbagi atas bab dan sub bab diantaranya:

**BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi pengantar awal yang menjelaskan konteks umum masalah penelitian. Dalam bab ini, penulis menguraikan latar belakang masalah, merumuskan masalah yang diteliti, tujuan dan manfaat penelitian, batasan atau ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan. Tujuannya adalah memberikan pemahaman awal kepada pembaca tentang alasan dan arah penelitian yang dilakukan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat kajian teori yang menjadi landasan konseptual dalam penelitian. Peneliti menyajikan teori-teori utama, konsep-konsep pendukung, dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Selain itu, dalam bab ini juga disusun kerangka pemikiran yang menghubungkan teori dengan objek penelitian, dan jika diperlukan, hipotesis penelitian turut disusun untuk diuji secara kuantitatif.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan serta metode pengumpulan dan analisis

data. Di dalamnya mencakup jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian (misalnya coding sheet), teknik analisis data (misalnya tabulasi silang), serta tahapan pelaksanaan penelitian. Tujuannya adalah memberikan gambaran ilmiah dan sistematis tentang bagaimana penelitian dilakukan.

#### BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menyajikan data hasil penelitian dalam bentuk angka, tabel, grafik, atau diagram. Penulis menganalisis data secara kuantitatif menggunakan metode yang telah ditentukan, serta membandingkannya dengan rumusan masalah dan hipotesis. Bab ini bersifat objektif dan fokus pada penyajian data tanpa banyak interpretasi subjektif.

#### BAB V: PEMBAHASAN

Bab ini memuat interpretasi dan analisis mendalam terhadap hasil penelitian yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Peneliti mengaitkan temuan dengan teori atau kerangka pemikiran, serta menjawab rumusan masalah. Jika menggunakan pendekatan ganda (seperti analisis framing), pembahasan juga

melibatkan penafsiran visual secara kualitatif terhadap elemen-elemen dalam konten yang diteliti.

## BAB VI: PENUTUP

Bab ini menyimpulkan hasil penelitian secara ringkas, menjawab langsung rumusan masalah, serta memberikan saran berdasarkan temuan penelitian. Saran dapat bersifat teoretis, praktis, atau rekomendasi untuk penelitian lanjutan. Bab ini menjadi penutup keseluruhan rangkaian skripsi.

### 3. Bagian Akhir Skripsi

Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang daftar rujukan, lampiran, dan daftar riwayat hidup.