

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media *online* kini menjadi media yang paling diminati oleh generasi milenial. Hal ini terlihat dari pesatnya peningkatan jumlah pengguna media sosial. Jejaring sosial merupakan hasil kemajuan teknologi berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk saling berkomunikasi, terlibat dalam berbagai aktivitas, berbagi informasi, serta membangun relasi secara digital. Lebih dari itu, media sosial memiliki pengaruh sosial yang besar terhadap pembentukan opini publik di tengah masyarakat. Informasi yang disebarkan melalui jejaring sosial terbukti mampu membentuk pandangan, sikap, hingga perilaku masyarakat, serta mendorong munculnya dukungan dan gerakan kolektif. Beberapa platform yang sangat populer di kalangan pengguna antara lain Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, dan TikTok (Juanda, 2022:45).

YouTube merupakan salah satu platform *online* yang saat ini sangat populer dan telah melahirkan banyak kreator dengan berbagai jenis konten menarik. Platform ini terus berupaya memudahkan para kreator dalam memproduksi dan membagikan konten mereka, serta memberikan apresiasi melalui sistem monetisasi, seperti AdSense. Keanggotaan YouTube bersifat gratis, namun para kreator juga memiliki kesempatan untuk memperoleh penghasilan dari konten yang mereka unggah, terutama jika memiliki jumlah tayangan (*views*) atau interaksi (*engagement*) yang tinggi. Fenomena ini mendorong banyak individu untuk

mencoba peruntungan sebagai YouTuber, bahkan terkadang dengan terburu-buru demi meraih keuntungan finansial. Akibatnya, berbagai jenis konten bermunculan di platform ini, mulai dari podcast, prank, edukasi, bisnis, hingga konten permainan (*game*). YouTube sendiri dikenal sebagai situs berbagi video yang memungkinkan penggunanya untuk menonton, membuat, dan membagikan video secara gratis. Namun, tidak banyak yang mengetahui bahwa YouTube memiliki sistem pencarian yang sangat canggih, sehingga mampu menemukan video yang dicari dengan cepat dan akurat (Sukasah & Hasbiansyah, 2023:102).

YouTube merupakan platform berbagi video yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan membagikan berbagai jenis video. Meskipun platform ini mudah digunakan dan menawarkan banyak manfaat, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat sejumlah kelemahan yang dapat mengganggu pengalaman pengguna, salah satunya adalah penyebaran informasi yang belum tentu akurat. YouTube dapat dimanfaatkan secara positif apabila digunakan untuk membagikan video yang menampilkan bakat, hobi, atau aktivitas yang bermanfaat bagi orang lain. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk bersikap selektif dan bijak dalam memilih konten yang mereka konsumsi (Chandra, 2017).

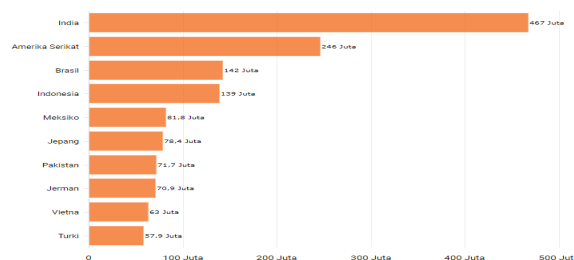
Menurut Baskoro dalam (Hayes, 2018), YouTube merupakan platform yang dapat dipercaya untuk mengakses berbagai informasi dalam format audio visual atau "gambar bergerak." Platform ini memungkinkan pengguna untuk mencari dan menonton konten video secara langsung. Secara umum, YouTube berfungsi sebagai media sosial berbasis berbagi konten, di mana pengguna dapat mengunggah serta

menikmati berbagai jenis media, termasuk video, audio, dan gambar. Sekitar enam tahun yang lalu, YouTube telah menjadi salah satu platform media sosial paling populer di dunia.

Dalam beberapa tahun terakhir, YouTube mengalami lonjakan popularitas yang signifikan. Platform berbagi video milik Google ini menunjukkan peningkatan jumlah pengguna aktif secara konsisten. Setelah didirikan pada tahun 2005, YouTube diakuisisi oleh Google hanya satu tahun kemudian. Seiring waktu, platform ini berkembang menjadi layanan video daring terbesar di dunia. Di dalamnya terdapat beragam jenis konten yang dibuat oleh para kreator dari seluruh penjuru dunia, mulai dari video tutorial, konten edukatif, hingga berbagai kategori lainnya.

Berdasarkan pernyataan Erik Fahron Setiadi (2019), sebanyak 92% pengguna internet di Indonesia pertama kali mengakses video melalui platform YouTube. Popularitas YouTube yang terus meningkat tidak terlepas dari kemajuan teknologi internet yang semakin cepat serta ketersediaan alat perekam video dengan harga terjangkau (Mitasari, 2018). Saat ini, YouTube telah menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia.

Gambar 1. Data Negara Asal Penonton Youtube Terbanyak



Sumber : katadata.co.id (2023)

Berdasarkan data yang telah dipaparkan sebelumnya, Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna YouTube terbanyak. Salah satu faktor yang mendorong tingginya angka penggunaan tersebut adalah keberagaman konten yang ditawarkan oleh platform YouTube, khususnya konten bertema gim (*gaming*). Konten ini umumnya menarik minat dari berbagai kelompok usia karena disajikan secara kreatif dan menghibur oleh para kreator atau YouTuber *gaming*. Tingkat kreativitas dan kemampuan dalam menyampaikan materi membuat konten jenis ini diminati secara luas, sehingga tidak mengherankan apabila video-video dari YouTuber *gaming* sering kali memperoleh jumlah tayangan (*view*) yang sangat tinggi.

YouTuber adalah sebutan untuk *content creator* video di YouTube. Mereka adalah individu kreatif di balik video-video yang muncul di platform tersebut. Berbeda dari pengguna biasa, YouTuber menyusun video dengan cermat untuk menyampaikan pesan tertentu. Setiap video biasanya memiliki tema yang berbeda, dan pesan yang disampaikan beragam, mulai dari perdamaian, promosi produk, hingga pesan sosial. Jika karya mereka disukai, penonton tidak hanya menonton tetapi juga berlangganan (*subscribe*) saluran YouTuber tersebut untuk mendapatkan informasi video terbaru. Menjadi YouTuber bukanlah hal yang mudah; diperlukan usaha dan kreativitas tinggi.

YouTuber gaming merupakan individu yang berperan sebagai kreator konten dengan fokus utama pada video bertema permainan game. Umumnya, mereka merekam aktivitas bermain disertai dengan komentar, ulasan, atau reaksi yang ditujukan untuk menghibur sekaligus memberikan informasi kepada

penonton. Selain itu, para YouTuber *gaming* juga berpotensi memperoleh penghasilan melalui proses monetisasi yang disediakan oleh YouTube. membagikan konten permainan mereka kepada audiens secara luas.

Windah Basudara adalah *YouTuber* Indonesia yang bernama lengkap Brando Franco yang terkenal di industri konten kreatif, khususnya dalam bidang *gaming*. Kanal YouTube-nya dikenal luas dengan konten live streaming yang dianggap menghibur, kreatif, dan inspiratif. Dalam live streaming-nya, Windah memainkan berbagai jenis game dan berinteraksi dengan penonton. Ia juga menamatkan setiap permainan yang dimainkan secara bertahap. Selain itu, Windah membuka donasi di sesi live streaming-nya untuk membantu orang-orang yang membutuhkan. Konten charity yang ia lakukan semakin menambah daya tarik kanalnya. Windah Basudara telah menjadi salah satu ikon dalam dunia YouTube *gaming* di Indonesia.

Windah dikenal luas sebagai salah satu YouTuber ternama di Indonesia. Selain itu pada tahun 2021, ia berhasil meraih penghargaan sebagai *Content Creator Game Terpopuler* dalam ajang *Indonesian Esports Awards* yang diselenggarakan oleh salah satu stasiun televisi nasional, yakni Global TV (Duniagames.co.id).

Gambar 2. Data Youtuber Gaming Yang Sering Ditonton di Indonesia



Sumber : streamcharts.com diakses pada Februari 2025

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, Windah Basudara menempati peringkat kedelapan sebagai YouTuber terpopuler dengan total jumlah penayangan mencapai 2,89 milyar kali. Total durasi siaran langsung (*live streaming*) yang dilakukannya tercatat selama 85 jam 25 menit. Meskipun durasi tayang tersebut tergolong lebih singkat dibandingkan dengan YouTuber *gaming* lainnya, jumlah penontonnya tetap sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa popularitas dan daya tarik konten yang disajikan oleh Windah Basudara memiliki pengaruh besar terhadap tingginya jumlah penayangan yang diperoleh.

Dalam penghargaan tersebut, Windah Basudara berhasil unggul atas sejumlah YouTuber *gaming* lainnya yang bahkan memiliki jumlah pelanggan (*subscriber*) lebih banyak darinya. Keberhasilannya ini menunjukkan pengaruh dan popularitasnya yang besar di kalangan penggemar konten *gaming* di Indonesia.

Berdasarkan informasi dari Merdeka6.com, pada tahun 2019 Windah Basudara berhasil masuk dalam daftar sepuluh YouTuber pendatang baru terpopuler di Indonesia. Dalam kategori tersebut, Windah merupakan satu-satunya kreator konten YouTube yang berfokus pada genre *gaming* yang berhasil terpilih. Selain dikenal melalui konten hiburannya, Windah Basudara juga aktif melakukan siaran langsung (*live streaming*) untuk kegiatan penggalangan dana atau amal. Aksi sosial ini dilakukan bersama rekan-rekannya dengan durasi siaran yang bervariasi, mulai dari 3 jam hingga lebih dari 10 jam. Dana yang terkumpul disalurkan kepada korban bencana alam maupun masyarakat yang membutuhkan, dengan menggunakan platform donasi yang tautannya dibagikan melalui kolom komentar saat siaran langsung berlangsung di kanal YouTube miliknya.

Kegiatan donasi yang dilakukan oleh Windah Basudara melalui *live streaming* mampu membangkitkan kepedulian para penonton untuk turut berpartisipasi dalam aksi sosial tersebut. Proses pengumpulan dana yang dikemas secara interaktif dan menghibur menjadi daya tarik tersendiri dan relevan untuk dijadikan objek penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tersebut memiliki pengaruh dalam membentuk keterlibatan dan partisipasi *audiens* secara lebih luas.

Dengan pesatnya perkembangan platform YouTube dan peran para *influencer*, menjadi penting untuk memahami bagaimana konten yang memuat unsur kegiatan amal (*charity*) dapat memberikan dampak terhadap berbagai kalangan, termasuk di antaranya mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji keterkaitan antara media sosial, pengaruh *influencer*, serta respons sosial dalam konteks masyarakat lokal. Konten bertema amal, terlebih yang melibatkan nominal donasi dalam jumlah besar seperti satu milyar rupiah, umumnya mampu menarik perhatian publik secara luas. Windah Basudara merupakan salah satu kreator konten yang dikenal aktif dalam kegiatan amal tersebut. Fenomena ini menjadi sorotan karena memengaruhi cara masyarakat, termasuk kalangan mahasiswa, dalam memaknai dan merespons konten yang disajikan.

Konten yang disajikan secara kreatif umumnya mendapatkan respons yang lebih positif dari masyarakat. Banyak kalangan memandang bahwa platform media sosial seperti YouTube merupakan sarana untuk mengekspresikan kreativitas, khususnya melalui produksi video, yang dapat menghasilkan berbagai keuntungan seperti popularitas maupun pendapatan finansial. Namun, di sisi lain, terdapat pula

pandangan masyarakat yang menganggap YouTube sebagai media yang cenderung menghabiskan waktu secara tidak produktif.

Besarnya pendapatan yang dapat diperoleh dari jumlah penonton (*viewer*) dan pelanggan (*subscriber*) membuat profesi YouTuber semakin diminati oleh banyak kalangan. Namun demikian, untuk dapat memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam *YouTube Partner Program* (YPP), seorang kreator konten harus melalui tahapan yang cukup panjang. Proses tersebut tidak jarang dihadapkan pada berbagai tantangan dan kendala yang memerlukan ketekunan serta strategi yang tepat untuk dapat mencapai target yang diinginkan (Uliya, 2019).

Dalam sejumlah siaran langsung bertema kegiatan amal, Windah Basudara berhasil mengumpulkan donasi dengan nominal yang mencapai puluhan hingga ratusan juta rupiah. Pada deskripsi kanal YouTube miliknya, Windah secara jelas menyatakan bahwa ia tidak membuka donasi dalam siaran langsung secara umum. Namun demikian, ia membuat pengecualian dengan membuka donasi secara khusus ketika sedang melakukan *live streaming* yang ditujukan untuk penggalangan dana, terutama bagi korban bencana alam atau individu yang tengah membutuhkan bantuan.



(Sumber: YouTube Channel Windah Basudara)

Kegiatan amal senilai 1 milyar rupiah yang diinisiasi oleh Windah Basudara bersama timnya, JAYA Esport, dilaksanakan tak lama setelah pengumuman dirinya untuk beristirahat sementara dari aktivitas di YouTube. Secara mengejutkan, Windah memutuskan untuk kembali dan menyelenggarakan siaran langsung bertema charity tanpa jeda, dengan target donasi sebesar 1 milyar rupiah. Acara tersebut berlangsung pada 14 Mei 2023 dan dilakukan sambil memainkan berbagai permainan. Dalam pelaksanaannya, Windah bekerja sama dengan platform kitabisa.com, di mana seluruh dana yang berhasil dikumpulkan akan disalurkan kepada 26 lembaga yang telah ditentukan sebelumnya. Kegiatan ini mendapatkan antusiasme yang sangat tinggi dan berjalan dengan sangat cepat, terbukti hanya dalam kurun waktu enam jam, jumlah donasi yang terkumpul telah melampaui target, yakni mencapai Rp1.306.473.398. Capaian ini menjadi prestasi luar biasa bagi Windah Basudara dan timnya.



Aksi tersebut menunjukkan bahwa media digital dapat bertransformasi menjadi alat yang di mana audiens bukan hanya penikmat, tetapi juga bagian dari

gerakan sosial. Dalam hal ini, Windah bertindak sebagai mediator antara dunia hiburan dan dunia sosial. Ia membentuk *personal brand* yang kuat sebagai kreator yang tidak hanya menghibur, tetapi juga menginspirasi dan peduli. Konten charity 1 milyar menjadi tonggak penting dalam perjalanan kariernya, sekaligus membuktikan bahwa *content creation* bisa menjadi sarana kebaikan bersama.

Saat ini, media YouTube tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi, tetapi juga digunakan oleh sebagian masyarakat sebagai sarana untuk memberikan manfaat kepada orang lain. Hal ini tercermin dari berbagai jenis konten yang bersifat edukatif, olahraga, motivasi, hingga kegiatan amal atau donasi yang bertujuan untuk saling membantu. Melalui interaksi antara kreator dan audiens, YouTube memberikan ruang kolaboratif yang memungkinkan penonton turut terlibat dalam proses pembuatan maupun penyebaran konten. Selain itu, YouTube juga memberikan apresiasi kepada para kreator yang berhasil mengembangkan kanal mereka dan meraih jumlah penonton maupun pelanggan dalam skala besar. Bentuk penghargaan tersebut berupa *play button*, yakni simbol pencapaian yang diberikan kepada kreator yang telah mencapai batas tertentu: silver untuk 100.000 pelanggan, gold untuk 1 juta pelanggan, diamond untuk 10 juta pelanggan, dan ruby untuk 100 juta pelanggan. Bagi para YouTuber, penghargaan ini merupakan bentuk pengakuan atas kerja keras mereka dalam menciptakan konten yang menarik dan konsisten.

Windah Basudara juga dikenal sebagai inisiator yang kerap kali bergerak cepat untuk menggelar donasi daring atau istilah kerennya adalah *charity live streaming*. Tak jarang *charity live streaming* yang digelar Windah ini

mengumpulkan dana donasi lebih dari 50 juta bahkan 450 juta dalam sekali siaran yang biasanya dilakukan selama 3 jam paling lama untuk di donasikan kepada hal yang sedang urgent terjadi seperti misalnya gempa bumi, banjir, pembangunan sekolah, pendidikan anak kurang mampu, atau untuk membantu panti asuhan. Dalam live streaming terakhir Windah ketika detik detik 10 juta subscribers, Windah mendonasikan hasil adsense atau pendapatan youtube-nya sejumlah 300 juta rupiah yang untuk 6 lembaga di kitabisa.com yang mana masing masing lembaga mendapatkan 50 juta rupiah. Windah mendonasikan hasil adsensanya untuk paket Ramadhan, banjir di Kapuas, panti gizi Kristen, pengobatan anak anak yang lumpuh, perbaikan sekolah di NTT, dan memberi makan serta perawatan untuk anabul atau anjing dan kucing terlantar.

Namun, perlu dicermati bahwa keberhasilan sebuah aksi sosial digital tidak hanya ditentukan oleh jumlah donasi, tetapi juga oleh bagaimana publik memaknainya. Di sinilah pentingnya konsep penilaian sosial. Menurut Erving Goffman dalam teorinya tentang presentasi diri (*The Presentation of Self in Everyday Life*, 1959), setiap tindakan yang ditampilkan di depan publik akan dinilai berdasarkan ekspektasi sosial, norma, dan nilai yang berlaku. Dalam kasus Windah, publik menilai aksinya tidak hanya dari nilai nominal donasi, tetapi juga dari niat, proses, serta dampaknya terhadap penerima bantuan.

Karena keberhasilannya dalam mengadakan charity live streaming dan kemampuannya mengumpulkan dana yang besar untuk disalurkan kepada yang membutuhkanlah yang menarik perhatian peneliti yang juga bergerak di bidang sosial dan kemanusiaan untuk mengetahui lebih dalam tentang dunia *Charity Live*

Streaming ini terkhusus bagaimana penilaian sosial khalayak yang dihasilkan selama campaign tersebut karena selama siaran langsung pasti akan melakukan upaya komunikasi untuk membujuk atau meyakinkan penonton supaya bisa menarik para penonton tergerak untuk berdonasi untuk donasi.

Tingginya antusiasme publik terhadap konten tersebut menunjukkan adanya apresiasi sosial, tetapi juga menimbulkan sejumlah pandangan kritis. Beberapa pihak menilai aksi tersebut sebagai bentuk *self-branding*, sementara lainnya melihatnya sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Perbedaan penilaian ini mencerminkan kompleksitas penerimaan audiens terhadap konten berbasis aksi sosial, terutama di platform seperti YouTube yang sarat dengan dinamika opini dan persepsi.

Lebih jauh, aksi charity 1 milyar juga membuka ruang diskusi tentang perubahan persepsi terhadap konten gaming. Selama ini, bermain gim seringkali diasosiasikan dengan efek negatif seperti kecanduan, kekerasan, dan antisosial (Anderson & Bushman, 2001). Namun, melalui aksi-aksi seperti yang dilakukan Windah, narasi tersebut mulai berubah. Game menjadi sarana komunikasi, kolaborasi, bahkan kontribusi sosial. Dengan pendekatan komunikatif dan aksi nyata, Windah membuktikan bahwa konten gaming bisa memberi dampak positif secara luas.

Pengguna YouTube memiliki peran penting dalam kemajuan platform ini. Sikap dan perilaku mereka dapat menjadi referensi bagi masyarakat dalam mengubah pandangan terhadap era digital. Hal ini mendorong munculnya channel YouTube baru yang siap bersaing dengan kreator sebelumnya. Dengan melakukan

subscribe, like, comment, dan share, pengguna mendukung para kreator untuk terus berinovasi. Dukungan ini membantu kreator dalam membuat konten yang menarik. Keberadaan pengguna juga memengaruhi dinamika komunitas di YouTube. Oleh karena itu, interaksi pengguna sangat penting untuk pertumbuhan dan perkembangan platform.

Di tengah banyaknya konten hiburan yang cenderung dangkal dan konsumtif, muncul fenomena menarik di Indonesia, yakni hadirnya figur YouTuber yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mengedukasi dan menggerakkan masyarakat untuk melakukan aksi nyata. Salah satunya adalah Windah Basudara, seorang content creator di bidang gim yang mampu memanfaatkan popularitasnya untuk menginisiasi kegiatan charity melalui platform livestreaming YouTube. Dalam beberapa kesempatan, Windah tidak hanya bermain gim, tetapi juga membuka donasi untuk membantu pihak-pihak yang membutuhkan, seperti anak-anak dengan penyakit berat, korban bencana, hingga individu yang mengalami kesulitan ekonomi.

Fenomena ini menarik untuk dikaji karena charity livestreaming yang dilakukan Windah Basudara tidak hanya berhasil mengumpulkan donasi dalam jumlah besar, tetapi juga menggugah partisipasi emosional dan sosial dari para penontonnya. Berbagai reaksi muncul dari audiens, mulai dari dukungan aktif melalui donasi, komentar positif, hingga persebaran video sebagai bentuk ajakan moral. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan sosial melalui media digital dapat menumbuhkan rasa empati dan kepedulian bersama, serta menjadi medium komunikasi sosial yang berdampak luas.

Namun demikian, penerimaan audiens terhadap kegiatan sosial di media digital tentu tidak seragam. Dalam konteks teori *Social Judgment*, setiap individu memiliki rentang penerimaan (*latitude of acceptance*), penolakan (*latitude of rejection*), dan ketidakpastian (*latitude of non-commitment*) terhadap pesan sosial yang diterimanya. Maka dari itu, penting untuk mengkaji bagaimana masyarakat—khususnya penonton dan partisipan dari kegiatan charity livestreaming Windah Basudara—menilai konten tersebut, baik dari sisi nilai, kepercayaan, maupun pengaruh sosialnya.

Dengan melihat penilaian sosial terhadap konten ini, penelitian diharapkan dapat memberi gambaran lebih luas mengenai bagaimana media digital dimanfaatkan untuk aktivitas sosial, bagaimana strategi komunikasi kreator mempengaruhi penerimaan publik, serta bagaimana masyarakat membentuk sikap dan persepsi terhadap konten berbasis kebaikan di tengah arus media yang sangat kompetitif.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, peneliti merasa terdorong untuk melakukan kajian ini. Pemilihan Windah Basudara sebagai objek penelitian didasari oleh aktivitasnya yang konsisten dalam melakukan *live streaming*, khususnya dalam konteks penggalangan dana Windah Basudara kerap memanfaatkan platform YouTube sebagai sarana donasi melalui siaran langsung.

Fenomena ini menunjukkan pentingnya mengkaji penilaian sosial masyarakat terhadap konten charity, YouTube sebagai ruang publik baru menghadirkan dinamika sosial yang kompleks, di mana reputasi, citra, dan

kepercayaan dibangun bukan hanya dari isi konten, tetapi dari persepsi dan penilaian kolektif audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Penilaian Sosial dalam Konten Charity 1 Miliar pada Channel YouTube Windah Basudara?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui Penilaian Sosial dalam Penerimaan Penilaian Sosial dalam Konten Charity 1 Miliar pada Channel YouTube Windah Basudara

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi khususnya yang berkaitan dengan pengkajian Ilmu Sosial (Ilmu Komunikasi) mengenai Analisa interaktif komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat mendorong semua orang untuk menciptakan konten yang bermanfaat, menghibur, edukatif, dan inspiratif di platform media sosial YouTube.