

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian



Gambar 1.1 Logo Kok Bisa

Sumber : https://www.youtube.com/channel/UCu0yQD7NFMylU_-TmKa4Hqg
(Diakses pada 29 Januari 2019, pukul 08.06 WIB)

Kanal Youtube “Kok Bisa?” merupakan kanal edukasi pertama di Indonesia yang dikemas oleh animasi *motion grafis* yang dapat menghibur para penonton / *viewers*, sehingga penonton dapat memahami isi konten yang relatif susah dipahami agar menjadi mudah untuk dipahami. Kanal berbasis konten kreatif edukatif ini menjadikan ide sebagai salah satu kunci utama dalam kesuksesan tiap videonya. Sehingga ide yang disajikan terus segar dan menarik. Kanal yang di prakarsai oleh Ketut Yoga dan Gerald Bastian ini hadir atas dasar keresahan mereka dengan tayangan yang ada di televisi yang menurutnya kurang bermutu. Youtube di Indonesia juga tidak memberikan solusi atas kebutuhan terhadap nilai edukasi. Kanal Youtube “Kok Bisa?” ini juga tidak berorientasikan untuk dimonetisasi setiap videonya tapi mereka merasa bahwa ini *passion* dan tujuan mereka yaitu untuk mendidik masyarakat, karena mereka merasa ada sesuatu yang hilang di Indonesia yaitu nilai “penasaran”. Dalam proses penggodokan ide untuk konten, tim “Kok Bisa?” selalu mencari hal-hal sederhana yang kerap kali dipertanyakan orang-orang. (<https://www.liputan6.com> diakses pada tanggal 5 Desember 2018 pukul 21.01 WIB)

“Kok Bisa?” punya dua formula dalam setiap produksi videonya yaitu *curiosity* dan *simple*, jadi ketika sudah ada rasa ingin tau / *curiosity*, “Kok Bisa?” akan mencari jawaban yang dapat disederhanakan agar mudah dipahami oleh warganet. *Curiosity*-nya sering kali dilihat dari rasa penasaran penonton itu sendiri yang mengisi kolom komentar, karena “Kok Bisa?” tidak menutup kemungkinan pertanyaan datang dari para penonton untuk dijawab di video selanjutnya. Dengan menampung pertanyaan dan menyajikannya lewat video kreatif, penonton merasa dilibatkan sekaligus dididik melalui konten “Kok Bisa?”. Selain itu, cara tersebut berguna untuk mencari ide-ide konten yang lucu dan segar buat disajikan. Tak jarang, pertanyaan unik seperti “Mengapa kita kentut” dan “Akankah ada perang dunia ketiga?” pun dijawab oleh “Kok Bisa?” dengan menghadirkan konten video berisi topik terkait sebagai jawaban. “Kok Bisa?” memerlukan sedikitnya tiga hari hingga tiga minggu untuk proses produksi, dimulai dari pencarian ide, riset, hingga akhirnya video siap tayang.

Durasi proses produksi tergantung topik yang tengah dibahas. Ada kalanya, “Kok Bisa?” membutuhkan tiga minggu untuk menyiapkan satu konten video dengan bahasan unik namun rumit. Proses pencarian data dan riset pun tidak dilakukan secara sembarangan. Buku, jurnal internasional, dan website resmi menjadi sumber informasi utama. “Kok Bisa?” memegang teguh prinsip bahwa data yang valid ialah tombak utama untuk mendidik khalayak, terutama di era *hoax* gencar beredar seperti sekarang ini. (<https://www.youtube.com/watch?v=m1mqG2qcJp4> diakses pada tanggal 5 Desember 2018 pukul 21.15 WIB)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pendidikan merupakan salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan sumber daya manusia dan taraf kehidupan suatu bangsa. Semakin baik pendidikan di suatu bangsa maka semakin baik pula kualitas bangsa itu. Salah satu hal yang paling berpengaruh dalam pendidikan adalah keinginan dan kemampuan membaca masyarakatnya. Menurut hasil penelitian *Program for International Student Assessment (PISA)* rilisan *Organization for Economic Co-Operation and*

Development (OECD) tahun 2015, Indonesia menduduki peringkat ke 62 dari 70 negara mengenai literasi. Demikian dapat dikatakan pula bahwa Indonesia adalah negara dengan literasi dan minat belajar yang rendah. (<https://news.detik.com/> diakses pada tanggal 25 juni 2019 pukul 00.30 WIB)

Untuk menambah preferensi diawal, peneliti menggunakan tinjauan pustaka yaitu penelitian terdahulu yang berhubungan dengan *digital storytelling*. Adapun tinjauan pustakanya adalah sebagai berikut:

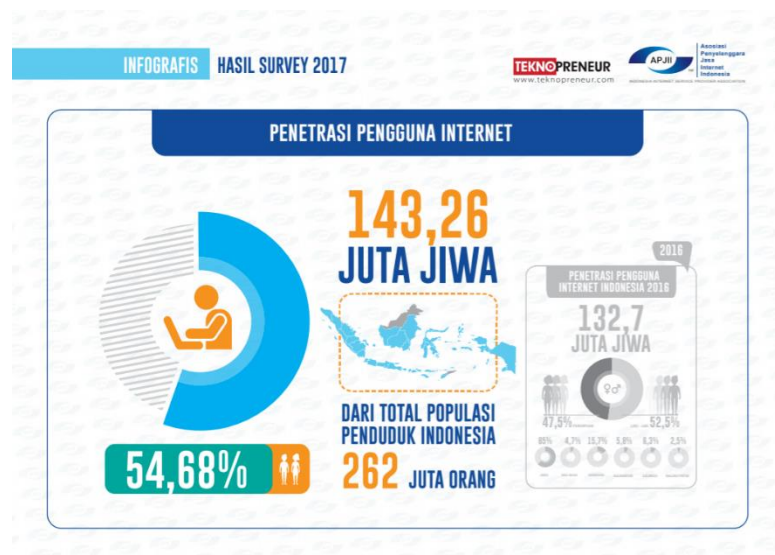
Tabel 1.1 Preferensi Penelitian

Judul	<i>Digital Storytelling: Effectiveness on Study Abroad Experiential Learning</i>
Nama Peneliti	LI, MING-HAN dan QU, TONGBIN
Lokasi Penelitian	Texas
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>digital storytelling</i> dinilai paling efektif di antara empat alat penilaian lainnya dalam hal efektivitas yang dirasakan dalam mencerminkan pengalaman di luar negeri. Singkatnya, mendongeng digital adalah alat yang menjanjikan untuk mencerminkan pengalaman belajar di luar negeri dan merupakan alat penilaian yang cocok dalam pengaturan studi di luar negeri, terutama untuk program yang didasarkan pada strategi pembelajaran pengalaman. Kami juga menemukan bahwa mahasiswa saat ini tampaknya sangat mampu belajar digital storytelling dengan cara yang bermakna dan dalam waktu singkat. Kami memberikan rekomendasi kepada pendidik arsitektur lansekap tentang bagaimana dan kapan menggunakan <i>digital storytelling</i> untuk memfasilitasi pembelajaran mendalam dalam kursus arsitektur lansekap.

Dari penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa penggunaan *digital storytelling* menjadi media yang relevan untuk memfasilitasi pembelajaran dalam kursus aritektur lansekap, maka peneliti ingin meneliti apakah *digital storytelling* juga dapat menjadi media yang relevan untuk mempengaruhi minat belajar penonton.

Dalam era digital seperti saat ini teknologi informasi dan komunikasi sangat memberikan banyak manfaat, karena media baru (*new media*) sudah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi setiap orang. Dengan adanya *new media* kebutuhan akan informasi, pendidikan, hiburan, dan akses terhadap literasi dapat terpenuhi. Beberapa media yang umum di anggap sebagai *new media* adalah internet dengan pilihan situs seperti blog, email, jejaring sosial, situs berbagi video, berita *online*, dan masih banyak yang lainnya.

Di Indonesia sendiri peningkatan pengguna internet cukup signifikan karena banyak faktor salah satunya karena infrastruktur di dalam peningkatan jaringan dan dari ketersediaan kabel *fiber optic* yang menopang aktivitas untuk mengakses internet. Dapat dilihat dari gambar 1.2 di bawah ini. Di Indonesia pengguna internet kurang lebih mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 % penduduk Indonesia.



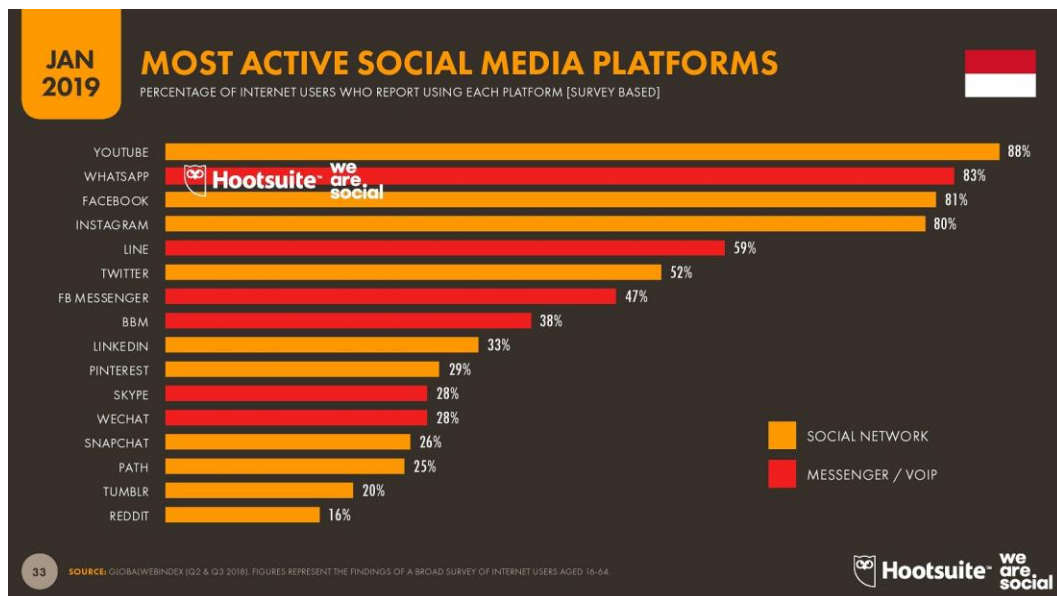
Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia

(<https://dailysocial.id/post/apjii-survei-internet-indonesia-2017> di akses pada 12 Februari 2019 pukul 14.20 WIB)



(Sumber: <https://www.youtube.com/> diakses pada 27 Agustus 2018 pukul 20.10 WIB)

Youtube merupakan salah satu *platform* media sosial berbagi video yang paling banyak digunakan saat ini. Berdasarkan data *We Are Social* di bulan Januari 2019. Youtube merupakan *platform* media sosial teraktif di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa Youtube termasuk media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya kaum milenial. Karena Youtube memiliki ketertarikan tersendiri dimata penontonnya dan kehadirannya memberikan alternatif pilihan untuk menyaksikan tayangan *audio visual* yang memiliki sumber tanpa batas serta dapat diakses kapan dan dimana saja.



Gambar 1.4 Peringkat Youtube

(Sumber: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> diakses pada tanggal 26 Juni 2019 pukul 00.44 WIB)

Youtube menyediakan referensi video dalam berbagai kategori yang banyak diminati oleh masyarakat. Kategori tersebut meliputi, komedi, film, edukasi, animasi, *sport, music, game, traveling, review, news*, dan *tutorial*. Dari kebanyakan kategori tersebut tentunya *content creator* harus kreatif dan memiliki ide-ide *out of the box* agar dapat menjadi unik dibanding kanal-kanal lain, pada penelitian ini penulis fokus terhadap kategori kanal edukasi karena melihat fenomena yang terjadi pada masyarakat yaitu kurangnya literasi dan terlalu banyak kanal yang menurut penulis kurang mendidik penontonnya. Pada kategori edukasi kanal Youtube di Indonesia yang berbasis animasi dan *storytelling* adalah seperti pada di tabel berikut:

Tabel 1.2 Kanal Youtube Edukasi

Nama Kanal	Jumlah Subscriber	Tahun Didirikan	Total Video Upload	Keterangan
Kok Bisa?	1,257,841	2015	268	Berisi tentang pengetahuan umum dan hal-hal sederhana
Zenius Education	108,530	2013	104	Berisi tentang tutorial dan mata pembelajaran akademis sekolah
Neuron	17,007	2018	34	Berisi tentang pengetahuan umum dan hal-hal sederhana
Kamu harus tau!	77,887	2016	19	Berisi tentang pengetahuan umum dan hal-hal sederhana

Ayo Mikir	81,922	2016	62	Berisi tentang pengetahuan umum dan hal-hal sederhana
-----------	--------	------	----	---

(Sumber: socialblade.com diakses pada tanggal 14 juni 2019 pukul 22.24 WIB)

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa terdapat 5 kanal Youtube yang dimana masing-masing kanal memiliki ciri khas masing-masing, Salah satunya “Kok Bisa?”, kanal edukasi dengan *subscriber* terbanyak yang didirikan pada tahun 2015 ini menyajikan konten edukasi dengan kemasan *motion grafis* yang bertujuan membuat penontonnya tidak merasa bosan untuk menerima informasi-informasi yang disampaikan. Kanal tersebut membagi banyak ilmu tentang berbagai macam topik seperti, Bahasa, Biologi, Ekonomi, Fisika, Kimia, Geografi, Matematika, Sejarah, dan Sosial Politik.

Kanal ini dibuat karena keresahan “Kok Bisa?” tentang konten negatif, menurutnya sudah terlalu banyak konten negatif yang tersebar di Indonesia. Setidaknya terdapat 51.646 konten negatif yang dilaporkan pada tahun 2017, seperti pada gambar 1.5 sebanyak 80% konten negatif yang tersebar di Indonesia.



Gambar 1.5 Konten Buruk di Indonesia

(Sumber : Data olahan “Kok Bisa?” diakses pada 27 Agustus 2018 pukul 20.20 WIB)

Dengan melihat data tersebut menurut “Kok Bisa?” dibanding membuat sensor terhadap konten yang buruk, “Kok Bisa?” lebih memilih untuk berusaha memperdayakan konten edukasi / *good content* dengan membuat konten yang lebih menyenangkan agar lebih banyak diminati dan menjadi lebih *mainstream*. “Kok Bisa?” juga yakin untuk membuat konten menjadi banyak diminati harus sejalan dengan *storytelling* yang baik dengan demikian penonton tertarik untuk paling tidak mengetahui informasi yang diberikan sehingga memberikan stimulus untuk penonton agar ingin mencari lebih lengkap tentang informasi yang di berikan dan menambah literasi penontonnya, karena “Kok Bisa?” membatasi durasi kontennya tidak lebih dari 5 menit agar penonton tidak menjadi bosan ketika menonton.

Pada gambar 1.6 di bawah merupakan salah satu contoh pada judul video “Mana Dulu Ayam apa Telur?”, “Kok Bisa?” tidak hanya mengajari tentang biologi namun menceritakan tentang ayam dan telur itu sendiri. Begitu pula dengan dengan video yang berjudul “Bagaimana Pesawat Bisa Terbang”, penonton tidak hanya disuguhkan dengan edukasi tentang fisika. Namun juga belajar tentang sejarah dari keajaiban pesawat terbang itu sendiri.



Gambar 1.6 Storytelling Kok Bisa

(Sumber : Data olahan “Kok Bisa?” diakses pada 27 Agustus 2018 pukul 20.45 WIB)

“Kok Bisa?” adalah salah satu pelopor kanal edukasi di Indonesia yang menggunakan animasi sebagai media penyampaian, “Kok Bisa?” ingin terus menciptakan pengalaman belajar sains yang inovatif dengan menjawab pertanyaan sehari-hari melalui video-video animasi edukatif. Melalui animasi, “Kok Bisa?” percaya bahwa konsep yang rumit bisa digambarkan dengan kontekstual dan lebih mudah dipahami. “Kok Bisa?” setidaknya sudah memiliki 1.2 Juta *subscriber*, 200 video dan 5 Juta penonton lebih setiap bulannya. Ini pula yang membuat “Kok Bisa?” menjadi kanal edukasi terbesar dan memiliki banyak penghargaan di Indonesia.



Gambar 1.7 *Insight* “Kok Bisa?”

(Sumber : Data olahan “Kok Bisa?” diakses pada 29 Januari 2019 pukul 08.15 WIB)

“Kok Bisa?” juga memiliki perhatian terhadap literasi di Indonesia. Tidak hanya untuk media *online*, namun “Kok Bisa?” juga membuat kelas-kelas *offline* atau tatap muka secara langsung, dengan sebutan ‘Kelas Kok Bisa’. Pada kelas ini “Kok Bisa?” mengajar langsung bagaimana cara berfikir ilmiah, riset menggunakan internet, *storytelling*, hingga visualisasikan ide-ide, kelas ini dibuat di sekolah-sekolah seluruh di Indonesia dengan tujuan membuat pengalaman belajar yang menyenangkan dan menarik serta efektif untuk siswa.

Peneliti mengadakan penelitian ini dikarenakan untuk mencari tau seberapa efektif penyampaian informasi yang dilakukan kanal “Kok Bisa?” dalam memberikan edukasi tentang berbagai macam pertanyaan yang sulit dijelaskan dan dijelaskan dengan media animasi dan *digital storytelling* di kanal Youtube, dimana media Youtube ini digunakan sebagai media pembelajaran dan para penonton dapat memberikan respon setelah menyaksikan konten edukasi yang telah di berikan oleh kanal Youtube tersebut, “Kok Bisa?” juga selalu menawarkan kepada para penonton untuk bertanya mengenai hal apapun yang ingin diketahui dan akan dikemas kembali dengan media animasi di setiap akhir video.

Contohnya seperti pada gambar 1.8 penonton video “Kok Bisa?” kembali bertanya mengenai hal yang menurutnya perlu untuk dijelaskan.



Gambar 1.8 Testimoni Pertanyaan *Subscriber*

(Sumber : https://www.youtube.com/channel/UCu0yQD7NFMylu_-TmKa4Hqg
diakses pada 29 Januari 2019, pukul 08.06 WIB)

Berdasarkan dari fenomena yang terjadi di kalangan masyarakat, terutama dalam masalah pendidikan karena kurangnya minat belajar dan kemampuan membaca masyarakat, terutama dalam perkembangan teknologi yang pesat seperti saat ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Efektivitas Penggunaan Digital Storytelling Kanal Youtube “Kok Bisa?” dalam Meningkatkan Minat Belajar (Studi pada *subscriber* Youtube “Kok Bisa?”)”**

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sesuai dengan metode penelitian ialah sebagai berikut:

1. Seberapa efektifkah penggunaan *digital storytelling* kanal Youtube “Kok Bisa?” dalam meningkatkan minat belajar?
2. Adakah hubungan antara penggunaan *digital storytelling* kanal Youtube “Kok Bisa?” dengan meningkatkan minat belajar?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan peneliti ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa efektifkah penggunaan *digital storytelling* kanal Youtube “Kok Bisa?” dalam meningkatkan minat belajar.
2. Untuk mencari tahu hubungan antara penggunaan *digital storytelling* kanal Youtube “Kok Bisa?” dengan meningkatkan minat belajar.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan keilmuan khususnya Ilmu Komunikasi dalam kajian penggunaan kanal Youtube sebagai salah satu teknologi untuk melakukan kegiatan edukatif.

b. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam penggunaan kanal Youtube sebagai salah satu ilmu pengetahuan. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi *literature* serta acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait penggunaan *digital storytelling*.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Jadwal kegiatan ini akan berlangsung selama 5 bulan, sebagaimana telah dirincikan dalam tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.3 Periode Penelitian

No	Tahapan	Bulan																			
		Feb'19				Mar'19				Apr'19				Mei'19				Jun'19			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mencari informasi awal penelitian																				
2	Penyusunan Proposal																				
3	Desk Evaluatio n Seminar Proposal																				
4	Pengump ulan dan Pengolah an data																				
5	Penyusun an Skripsi																				

1.7 Sistematika Penelitian

Berikut adalah sistematika penelitian sebagai gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Waktu dan Periode Penelitian, Sistematika Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai teori yang digunakan peneliti, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian, dan Ruang Lingkup Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian yang digunakan, Operasional Variabel & Skala Pengukuran, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai pengolahan dan pembahasan analisa-analisa data yang telah dikumpulkan sehingga gambaran permasalahan dan alternatif pemecahan masalah tersebut menjadi lebih jelas.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.