

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Self-development* atau pengembangan diri merupakan proses berkelanjutan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kualitas pribadi seseorang. Proses ini melibatkan berbagai aspek kehidupan, termasuk pengalaman praktis, pendidikan formal dan informal, dan interaksi sosial. Dengan terus belajar dan memperoleh wawasan, individu dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang dunia di sekitar mereka dan membuat keputusan yang lebih baik (Aminullah & Ali, 2020). Menolak melakukan *self-development* dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti terhambatnya pertumbuhan pribadi dan kecenderungan stagnan, serta kehilangan peluang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan yang penting di lingkungan yang terus berubah (Damayanti, 2023). Akibatnya, individu dapat mengalami penurunan kepercayaan diri, kesulitan menghadapi tantangan baru, serta masalah kesehatan mental seperti kecemasan dan depresi. Ketidakmampuan beradaptasi dengan perubahan juga dapat menyebabkan isolasi sosial dan menurunnya motivasi untuk mencapai tujuan hidup, yang menghambat pencapaian potensi maksimal (Damayanti, 2023).

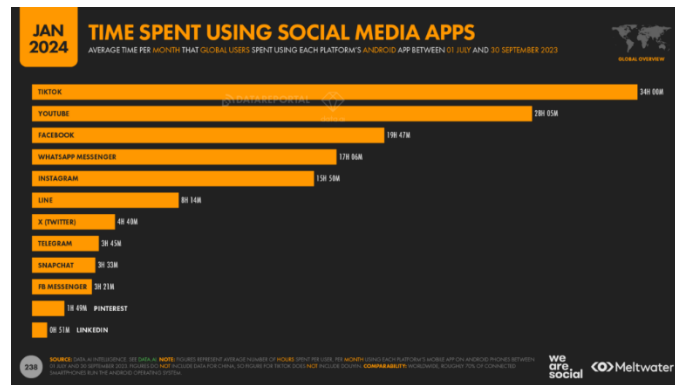
Kesehatan mental merupakan aspek penting dalam kehidupan individu, terutama bagi mahasiswa yang berada dalam fase transisi menuju kedewasaan. Tekanan akademis, tuntutan sosial, dan perubahan lingkungan sering kali menimbulkan stres yang signifikan. Kesehatan mental yang baik berkontribusi tidak hanya pada performa akademik, tetapi juga pada kualitas hidup secara keseluruhan (Fadia, 2024). Pengertian kesehatan mental adalah keadaan di mana perkembangan fisik, intelektual, dan emosional seseorang tumbuh, berkembang, dan matang, serta individu dapat menerima tanggung jawab, menemukan penyesuaian, memelihara aturan sosial, dan bertindak sesuai budayanya (Fakhriyani, 2022). Menurut World Health Organization (2021), kesehatan mental yang optimal menjadi fondasi bagi perkembangan individu yang sehat dan produktif.

*Self-development* atau pengembangan diri dapat membantu individu memahami diri sendiri dan mengidentifikasi penyebab stres, sehingga dapat mengelola kesehatan mental dengan lebih baik (Adinda, 2022). Seiring perkembangan internet, media sosial seperti YouTube semakin relevan bagi mahasiswa untuk mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi (Utami & Zanah, 2021), termasuk konten yang dapat mendukung *self-development* (Hayirli, 2025).

Menurut Darmawati & Aditya (2024) konten *self-development* seringkali memberikan motivasi dan strategi praktis yang esensial dalam upaya menjaga dan meningkatkan kesehatan mental. Motivasi ini mendorong individu untuk aktif mencari solusi, menerapkan mekanisme coping, dan menjaga konsistensi dalam upaya pengembangan diri mereka, yang secara tidak langsung berkontribusi pada penyembuhan atau pengelolaan isu kesehatan mental. Fenomena ini menunjukkan pergeseran cara mahasiswa mencari informasi dan dukungan, di mana mereka lebih memilih format yang interaktif dan mudah diakses.

Mahasiswa rentan terhadap kecemasan, depresi, dan rasa stres yang dapat mengganggu kesehatan mentalnya (Wulandari, 2021). Oleh karena itu, mahasiswa perlu mengembangkan keterampilan dan strategi untuk mengelola stres serta meningkatkan ketahanan mental. Penelitian ini memilih mahasiswa, khususnya di Bandung, sebagai subjek penelitian karena Bandung menempati urutan pertama di Jawa Barat sebagai daerah dengan jumlah mahasiswa terbanyak (Destriana, 2024). Selain itu, hasil riset yang dilakukan oleh Muhammad Mestizo et al. (2023) menyatakan bahwa mahasiswa di Bandung mengalami stres hingga rasa cemas yang tidak dapat dikontrol. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Bandung menghadapi berbagai tantangan yang dapat memengaruhi kesehatan mental dan kemampuan mereka untuk melakukan *self-development* atau pengembangan diri. Kondisi ini menghambat kemampuan mereka untuk melakukan refleksi diri dan menetapkan tujuan yang jelas untuk pengembangan diri.

Di era digital saat ini, perkembangan internet semakin pesat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memperkirakan jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 221.563.479 orang pada tahun 2024, dengan tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5%. Berdasarkan hasil riset We Are Social (2024), pengguna Android di seluruh dunia menggunakan aplikasi YouTube selama rata-rata 28 jam per bulan, menempatkan YouTube di urutan kedua sebagai media sosial dengan durasi pemakaian terlama secara global.



Gambar 1. 1 Lama Waktu Penggunaan Sosial Media

Sumber: wearesocial.com (2024)

YouTube merupakan situs web berbagi video yang didirikan pada 14 Februari 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis, serta menyediakan berbagai jenis konten (Fauzi et al., 2024). YouTube telah menjadi salah satu media sosial terpopuler di dunia dan berfungsi sebagai sumber informasi dan pendidikan, yang tidak hanya memperkaya pengetahuan tetapi juga mendorong pengembangan diri melalui beragam konten *self-development* (Isnawati, 2024). Dulu, YouTube lebih dikenal sebagai platform hiburan, namun kini banyak kanal yang mengangkat tema edukatif dan informasi, termasuk yang berpotensi membangun pengembangan diri (Rohman & Waluyo, 2022).



Gambar 1. 2 Kanal YouTube Satu Persen

Sumber: YouTube Satu Persen (2024)

Dalam konteks ini, banyak kanal yang mulai fokus pada konten yang mendukung pengembangan diri, baik dari segi mental, motivasi, maupun keterampilan hidup. Kanal YouTube Satu Persen adalah salah satu platform yang fokus pada konten pengembangan diri,

seperti kesehatan mental, motivasi, dan peningkatan kualitas hidup. Kanal ini menarik perhatian banyak pengguna, dari remaja hingga dewasa, berkat kontennya yang mendidik dan inspiratif (Riliana & Yuliana, 2023). Kanal YouTube Satu Persen saat ini memiliki lebih dari 3 juta *subscriber* dan telah mengunggah lebih dari 900 video. Dikelola oleh PT Satu Persen Edukasi, Satu Persen didirikan oleh Ifandi Khainur Rahim, seorang lulusan Psikologi dari Universitas Indonesia, yang mulai memproduksi konten edukasi seputar psikologi manusia, kesehatan mental, filsafat, pendidikan, dan pengembangan diri sejak Desember 2018 (Satu Persen, 2024).

Untuk memperkuat pemilihan objek penelitian ini, peneliti telah melakukan survey kepada 40 Mahasiswa Bandung. Survey tersebut mengungkapkan 75% mahasiswa di Bandung mengikuti kanal YouTube Satu Persen. Selanjutnya terdapat 84,6% yang menonton kanal YouTube Satu Persen dan 71.8 % sering menonton kanal YouTube Satu Persen. Data ini secara kuat mengindikasikan popularitas dan relevansi yang signifikan dari kanal Satu Persen di kalangan target audiens penelitian ini, yaitu mahasiswa Bandung. Peneliti memilih kanal YouTube Satu Persen karena menawarkan konten *self-development* yang relevan, serta memiliki banyak *subscriber* dan penonton aktif, menunjukkan popularitas dan kredibilitasnya. Dengan audiens yang luas, YouTube Satu Persen menjadi sumber yang tepat untuk menganalisis resepsi konten *self-development* terhadap mahasiswa Bandung.

Berikut perbandingan kanal YouTube dengan fokus *self-development* dan motivasi:

**Tabel 1.1 Kanal YouTube dengan Fokus *Self-development* dan Motivasi**

| No | Kanal YouTube          | Jumlah <i>Subscriber</i> | Isi Konten                                              |
|----|------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1. | Satu Persen            | 3,32 jt                  | Pengembangan diri, Kesehatan mental, motivasi hidup     |
| 2. | Felicia Putri Tijasaka | 1,45 jt                  | Tips finansial, investasi                               |
| 3. | Gita Savitri Devi      | 1.35 jt                  | Pengembangan diri, pandangan hidup                      |
| 4. | Menjadi Manusia        | 930 rb                   | Pengembangan diri, pengalaman pribadi, inspirasi sosial |
| 5. | Sukses Daily           | 721 rb                   | Tips sukses, motivasi                                   |

|     |                 |         |                                                         |
|-----|-----------------|---------|---------------------------------------------------------|
| 6.  | Analisa Channel | 664 rb  | Pengembangan terkait karir                              |
| 7.  | Zahid Ibrahim   | 635 rb  | Pengembangan diri, Kesehatan mental, gaya hidup positif |
| 8.  | Greatmind       | 457 rb  | Psikolog, Self-help                                     |
| 9.  | Maya Rahma      | 294 rb  | Pengembangan diri, parenting                            |
| 10. | In our Twinties | 19,6 rb | Perspektif anak muda, pengembangan diri bagi remaja     |

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, peneliti mencari sepuluh kanal YouTube yang memiliki kriteria berfokus pada konten motivasi. Kanal-kanal yang dipilih membahas topik serupa, yaitu memberikan motivasi kepada para penontonnya. Peneliti mempertimbangkan kanal-kanal tersebut berdasarkan jenis konten, jumlah pengikut, dan isi konten. Berdasarkan perbandingan tersebut, kanal YouTube Satu Persen memiliki keunggulan dibandingkan dengan akun-akun lain, sehingga peneliti memutuskan untuk memilih kanal YouTube Satu Persen sebagai fokus penelitian. Data dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa kanal YouTube Satu Persen memiliki jangkauan yang luas, yang terlihat dari banyaknya *subscriber* serta topik-topik yang diminati mahasiswa, seperti pengembangan diri, motivasi, karier, dan percintaan, yang disajikan dalam bentuk video yang interaktif dan inspiratif.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teori analisis resepsi dari Stuart Hall yang menggunakan makna tayangan untuk memahami bagaimana audiens atau mahasiswa di Bandung menerima konten dari kanal YouTube Satu Persen sebagai subjek penelitian. Peneliti bertujuan untuk menggali cara audiens menanggapi pesan mengenai konten *self-development* atau pengembangan diri pada YouTube Satu Persen. Hall et al., (2005) menyatakan bahwa interpretasi khalayak terhadap suatu konten tidak selalu sesuai dengan makna yang dibuat oleh media, melainkan merupakan adaptasi dari makna *encoding-decoding*. Dalam konteks ini YouTube Satu Persen sebagai *encoder* yang membuat atau menyusun pesan tentang *self-development*. Namun, proses *decoding* atau intrepertasi pesan audiens yaitu mahasiswa

Bandung tidak selalu sesuai dengan konten tersebut yang disebabkan karena latar belakang, pemahaman, pengalaman dan masalah kesehatan mental yang berbeda-beda. Oleh karena itu penelitian ini penting untuk menggali bagaimana pesan diterima oleh audiens yaitu mahasiswa Bandung dari ketiga posisi *decoding* yaitu posisi dominan audiens menerima pesan secara penuh, posisi negosiasi audiens menerima pesan tetapi juga memberikan pandangan sendiri, posisi oposisi audiens menolak pesan tersebut.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya kesenjangan riset terkait resepsi mahasiswa Bandung terhadap konten pengembangan diri atau *self-development* di kanal YouTube Satu Persen. Meskipun studi-studi terdahulu telah mengkaji resepsi khalayak terhadap konten edukasi di media sosial, namun belum ada penelitian yang secara spesifik dan mendalam mengkaji bagaimana posisi pemaknaan (dominan, negosiasi, oposisi) mahasiswa Bandung terhadap konten *self-development* di kanal YouTube Satu Persen. Studi terdahulu yang terkait, antara lain dengan judul *Analisis Resepsi Konten Pada Akun TikTok @vmuliana Terhadap Kebutuhan Informasi Akan Career Preparation* oleh Putri & Uljanatunnisa (2023) menemukan bahwa Sebagian besar konten tersebut diterima positif sebagai sumber informasi persiapan karier dan memahami dan menerapkannya sesuai dengan kebutuhan masing masing.

*Penelitian selanjutnya Resepsi Toxic Relationship dalam Film Pendek All Too Well* Karya Taylor Swift oleh Wahidar dan Reswari (2021) menemukan bahwa seluruh informan telah meresepsi toxic relationship dalam film pendek All Too Well. Tiga diantara enam informan meresepsi secara dominan dan tiga lainnya meresepsi secara negosiasi.

Penelitian ke-tiga *Resepsi Khalayak Perempuan terhadap Konten Edukasi Seksual* oleh Key Opinion Leader oleh Muthamimah dan Sujono (2023) menunjukkan hasil bahwa terdapat makna yang polisemi. Sebagian besar informan menyetujui isi pesan yang mendobrak stigma masyarakat mengenai seksualitas perempuan. Meski begitu, peran key opinion leader dianggap belum sepenuhnya kredibel dalam menyampaikan edukasi seksual, sehingga dibutuhkan sosok yang lebih ahli dan sumber dari kanal-kanal lain sebagai pembanding informasi yang mereka terima.

Berdasarkan kajian ini, terlihat bahwa penelitian sebelumnya belum mengkaji secara spesifik bagaimana posisi pemaknaan (dominan, negosiasi, oposisi) mahasiswa Bandung terhadap konten *self-development* Satu Persen, serta faktor-faktor lokal yang memengaruhi resepsi tersebut. Dengan demikian, penelitian ini mengisi *gap* dengan menghadirkan analisis

resepsi yang berfokus pada mahasiswa Bandung, menggunakan pendekatan teori resepsi, dan mengaitkannya dengan dinamika kehidupan mahasiswa di Bandung serta pengetahuan dan pengalaman, yang belum pernah dieksplorasi secara spesifik dalam penelitian sebelumnya. Untuk mencapai tujuan penelitian ini, pendekatan kualitatif akan digunakan untuk menggali resepsi mahasiswa secara mendalam. Wawancara akan dilakukan untuk mengumpulkan data dari mahasiswa di Bandung. Metodologi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana mahasiswa merespons konten dan faktor-faktor yang memengaruhi resepsi mereka.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi pola resepsi yang berbeda-beda pada mahasiswa Bandung yang merupakan pengikut kanal YouTube Satu Persen, baik menerima pesan secara dominan, negosiasi, maupun oposisi. Berdasarkan latar belakang pemaparan di atas, peneliti mengangkat judul penelitian **“ANALISIS RESEPSI MAHASISWA BANDUNG TERHADAP KONTEN SELF DEVELOPMENT PADA KANAL YOUTUBE 'SATU PERSEN'”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana resepsi mahasiswa Bandung terhadap konten *self-development* pada YouTube ‘Satu Persen’ pada posisi (*dominant-hegemonic, negotiated, atau oppositional*)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui resepsi Mahasiswa Bandung terhadap konten *self-development* pada YouTube “satu persen” pada posisi (*dominant-hegemonic, negotiated, atau oppositional*)?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat baik secara Akademis dan praktis:

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah kajian tentang analisis resepsi dan berkontribusi dalam ranah ilmu komunikasi.
- b. Peneliti berharap penelitian ini dapat melengkapi peneliti terdahulu.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat membantu konten creator dalam membuat konten *self-development* sehingga penyampaian dan penerimaan pesan lebih relevan sampai ke khalayak.
- b. Peneliti berharap penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama mahasiswa, dalam memahami konten *self-development* pada diri mereka.

### 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Proses penelitian terdiri dari serangkaian tahap yang terstruktur dan sistematis. Tahapan ini dimulai dengan studi pendahuluan, diikuti oleh penyusunan judul penelitian. Selanjutnya, peneliti menyusun proposal yang diajukan dalam seminar proposal. Setelah itu, langkah berikutnya adalah pengumpulan data di lapangan, yang kemudian diproses dan dianalisis secara mendalam. Proses ini diakhiri dengan ujian skripsi sebagai tahap akhir. Semua tahapan ini membentuk garis waktu penelitian yang komprehensif. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai urutan dan waktu pelaksanaan setiap kegiatan, peneliti telah menyusun tabel yang merinci jadwal penelitian secara kronologis

**Tabel 1.2 Waktu Penelitian**

| NO | Uraian Kegiatan              | 9/24 | 10/24 | 11/24 | 12/24 | 01/25 | 02/25 | 03/25 | 4/25 | 5/25 | 6/25 |
|----|------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|
| 1  | Pengajuan Topik dan Judul    |      |       |       |       |       |       |       |      |      |      |
| 2  | Penyusunan BAB I-BAB III     |      |       |       |       |       |       |       |      |      |      |
| 3  | <i>Desk Evaluation</i> (D.E) |      |       |       |       |       |       |       |      |      |      |
| 4  | Pengumpulan Data             |      |       |       |       |       |       |       |      |      |      |

|   |                                  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|----------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 5 | Penyusunan<br>BAB IV dan<br>V    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Pengajuan<br>Sidang<br>Skripsi   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Pelaksanaan<br>Sidang<br>Skripsi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: Olahan Peneliti (2025)