

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa hal berikut. (1) Kehadiran internet saat ini, menjadi platform digital bagi para penggunanya, untuk menciptakan ruang budaya baru; (2) Platform dan program *online* yang dikenal sebagai "media sosial" memungkinkan orang, kelompok, dan organisasi untuk memproduksi, mendistribusikan, dan terlibat dengan informasi; (3) Meluasnya penggunaan media sosial di masyarakat juga mempengaruhi cara masyarakat berkomunikasi satu sama lain; (4) Penggunaan media sosial memiliki dampak terhadap pembentukan identitas diri seseorang; (5) Youtube memiliki potensi untuk mempengaruhi proses pencarian dan pembelajaran selama masa remaja; (6) Fenomena ini membuktikan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang tidak dapat disangkal, dengan menyediakan ruang yang luas untuk mencari tahu dan mengekspresikan identitas diri; (7) Berdasarkan teori Jarum Hipodermik (Jarum Suntik) yang memiliki anggapan bahwa terdapat pengaruh media massa pada khalayak dengan melakukan pengukuran seberapa jauh penonton sadar, paham, serta menerima pesan yang ditontonnya, dan (8) Penelitian ini berfokus pada teori peluru ajaib atau jarum hipodermik dengan tujuan untuk memastikan relevansinya di era media sosial ini.

Kesatu, kehadiran internet saat ini, menjadi platform digital bagi para penggunanya, untuk menciptakan ruang budaya baru. Penggunaan internet di satu sisi, memudahkan berbagai aktivitas manusia. Berbagai akses informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan hiburan dari seluruh dunia, bisa dicari tahu lewat internet. Dengan internet, penggunanya dapat menembus dimensi kehidupan pengguna lainnya, dari segi ruang dan waktu, serta bisa diakses siapa saja, kapan saja, juga di mana saja.

Adanya ruang budaya baru yang tercipta seiring dengan hadirnya internet, membuat terjadinya pergeseran budaya. Pergeseran tersebut sangat terasa sekali di Indonesia, di mana masyarakat yang dulunya menjalani budaya dengan menggunakan media tradisional, kini seiring berjalannya waktu, bertransformasi menjadi hidup budaya dengan media digital (Safitri, Mathin & Rafli 2021, hlm 266). McQuail (2011) menyatakan bahwa, adanya penyiaran yang lebih canggih dan hadirnya media baru berpengaruh terhadap kecepatan, kapasitas, dan efisiensi yang lebih besar, dengan ciri paling utama ialah kesalingterhubungan, kemudahan aksesnya bagi khalayak individu yang berperan sebagai pihak yang menerima maupun mengirim pesan, interaktivitasnya, beragam kegunaan, hingga sifatnya yang terdapat di manapun.

Adanya kemudahan akses sebagai penerima maupun pengirim pesan memudahkan kita untuk melakukan komunikasi jarak jauh melalui fitur *chat*, telepon, hingga *video call*. Hal tersebut dapat dilakukan melalui beragam aplikasi yang dinamakan media sosial. Zahoor, dkk., (2019, hlm. 358) menyatakan bahwa, media sosial merupakan sebuah alat yang memfasilitasi konten sosial yang di dalamnya terdapat sebuah komunikasi, interaksi, kolaborasi, hingga feedback dari informasi yang saling diberikan. Canggihnya berbagai fitur dalam media sosial membuat hampir seluruh masyarakat menggunakannya.

Kedua, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah mengumumkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 221.563.479 di tahun 2024, dari total populasi 278.696.200 di tahun 2023. Menurut hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dirilis oleh APJII, tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 79,5%, meningkat 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Platform dan program online yang dikenal sebagai "media sosial" memungkinkan orang, kelompok, dan organisasi untuk memproduksi, mendistribusikan, dan terlibat dengan informasi. Platform ini memungkinkan pertukaran pengetahuan, konsep, dan materi dalam berbagai format, seperti teks, gambar, video, dan tautan.

Media sosial telah merevolusi jaringan dan komunikasi dengan memungkinkan koneksi, kerjasama tim, dan interaksi di antara individu-individu secara global. Terdapat macam-macam bentuk dari sosial media, mencakup forum internet, blog, wiki, podcast, gambar, dan video. Sudah jelas bahwa internet adalah medium media sosial bawaan. Hal ini tidak akan berubah, karena orang akan selalu ingin berinteraksi satu sama lain secara online, dan media sosial akan selalu ada dalam berbagai bentuk untuk mengakomodasi kebutuhan ini.

Media sosial memberikan kesempatan kepada siapa saja untuk berpartisipasi dalam waktu yang tidak terbatas. Perubahannya tentu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Gupta mengatakan bahwa lebih dari 2,7 miliar orang (sekitar 40% dari populasi dunia) menggunakan media sosial (Gupta dkk 2019, hlm. 162).

Ketiga, meluasnya penggunaan media sosial di masyarakat juga mempengaruhi cara masyarakat berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi yang dimediasi komputer (*Computer-mediated communication* atau CMC) adalah komunikasi yang terjadi antara individu dengan menggunakan komputer dan perangkat elektronik lainnya sebagai perantara. Orang-orang sekarang berinteraksi, bertemu dengan orang baru, dan mengekspresikan diri mereka dengan menggunakan situs jejaring sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan lainnya. Sebagai contoh, Facebook, yang beriklan dengan slogan "Facebook mendukung Anda untuk terhubung dan membagikan hal dengan orang lain dalam hidup Anda," menawarkan kepada para penggunanya kemampuan untuk berbicara dengan teman, memposting gambar, dan bermain *game online* disamping memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman sehari-hari.

Mengingat dampak transformasional yang ditimbulkan oleh teknologi ini terhadap masyarakat tidak mengherankan jika orang-orang di seluruh dunia menjadi tertarik untuk memahami bagaimana media ini memengaruhi kehidupan emosional mereka. Salah satu golongan masyarakat yang rentan terhadap dampak media sosial adalah remaja.

Kehidupan remaja dan dampak media sosial terhadap kesehatan mental mereka telah menarik perhatian negatif di mata orang tua dan guru (Alt, 2017). Banyak pengguna media sosial ini percaya bahwa orang lain memiliki kehidupan yang lebih baik. Mereka melihat foto-foto indah yang diunggah dan percaya bahwa hidup mereka lebih sempurna, dan persepsi ini berdampak negatif pada kesejahteraan mereka. Namun, sebagian besar penelitian di bidang ini memperlihatkan bahwa berlebihan dalam menggunakan media sosial berkaitan dengan keputusasaan dan kurangnya mentalitas. Faktor lain yang dipengaruhi oleh media sosial termasuk *self-esteem* dan konsep diri (Sheldon & Bryant, 2016).

Remaja yang memiliki konsep diri yang kurang stabil memiliki kecenderungan lebih besar untuk mengatakan bahwa mereka memiliki diri yang ideal, menciptakan representasi diri *online* yang lebih beragam dan membangun diri secara tidak konsisten dengan dirinya di dunia *offline* (Fullwood, James & Chen-Wilson, 2016). Sejauh mana seseorang perlu mendapatkan popularitas menentukan penurunan ekspresi informasi mengenai diri yang sebenarnya (Lim, Nicholson, Yang & Kim, 2015). Dengan demikian, pengguna *online* menganggap diri mereka lebih sukses dalam mengelola hubungan dengan rekan-rekan mereka, meningkatkan konsep diri mereka, meskipun sebenarnya mereka tidak berbeda dengan pengguna yang tidak terhubung ke jaringan (Košir, Horvat, Aram, Jurinec & Tement, 2016). Konsistensi atau ketidakkonsistenan antara kedua aspek definisi diri tersebut terkait dengan kesejahteraan (Malo Cerrato, Martín-Perpiñá & Viñas-Poch, 2018; Tazghini & Siedlecki, 2013), karena popularitas *online* dan teman membuat remaja merasa menjadi bagian dari kelompok dan diterima oleh orang lain. Demikian pula, hubungan emosional dengan jejaring sosial dan waktu yang dihabiskan untuk jejaring sosial secara positif memprediksi konsep diri dalam hubungan antara teman sebaya di jejaring sosial (Košir et al., 2016).

Keempat, penggunaan media sosial memiliki dampak terhadap pembentukan identitas diri seseorang. Usita (2010) menegaskan bahwa interaksi di dunia maya mempengaruhi identitas seseorang. Ia juga

menyatakan bahwa jika pengalaman dan koneksi seseorang berpengaruh pada bagaimana mereka mendefinisikan diri mereka sendiri, maka interaksi yang terjadi di dunia maya juga pasti berpengaruh pada orang tersebut. Berdasarkan uraian pada kalimat sebelumnya, yang konsisten dengan hasil penelitian Usita, terdapat kecenderungan bagi seseorang yang menggunakan media sosial untuk membentuk identitas mereka secara online. Seseorang mungkin terdorong untuk menciptakan identitas digital melalui penggunaan media sosial. Oleh karena itu, identitas diri seseorang dapat dinegosiasikan. Sebagai contoh, Facebook menciptakan sebuah forum bagi para anggotanya untuk merombak identitas mereka.

Ellis dan Benage (2011) mengatakan bahwa komunikasi di Facebook menciptakan identitas sosial dan pribadi seseorang. Hal ini mengimplikasikan bahwa setiap keterlibatan dan komunikasi di media sosial mengekspresikan sisi yang berbeda dari identitas para pengguna yang terlibat. Berbeda dengan berbagai studi terdahulu yang dilaksanakan oleh para akademisi, penelitian ini akan berkonsentrasi pada jenis media sosial lainnya, yaitu YouTube. YouTube adalah platform media sosial untuk berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengakses konten streaming dari berbagai genre di satu tempat.

YouTube dikenal sebagai platform yang menawarkan beragam konten video yang dibuat oleh pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Berdasarkan survei Katadata pada Februari 2020, YouTube menempati posisi pertama sebagai media sosial yang lebih banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia (Jayani, 2020). Aplikasi YouTube saat ini menyajikan berbagai jenis konten yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Melalui platform ini, pengguna dapat dengan lebih leluasa memilih tayangan dan mengakses video sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan pribadi mereka.

Kelima, penelitian yang dilakukan Pérez-Torres (2018) bahwa Youtube memiliki potensi untuk mempengaruhi proses pencarian dan pembelajaran selama masa remaja. Menurut Ramos-Serrano dan Herrero-Diz (2016), YouTube membuat perbedaan antara "YouTuber standar", atau

mereka yang membuat dan berbagi video dengan teman dan keluarga dan "YouTuber khusus", atau mereka yang terlibat dengan komunitas secara online dan memberikan saran serta rekomendasi selain menerima komentar dan memiliki pelanggan. Saluran YouTube menyediakan platform untuk ekspresi artistik dan kreatif, menumbuhkan rasa kebersamaan di antara pengguna dan pelanggan (Chau, 2010). Sebagian besar terlibat dengan audiens mereka yang sebenarnya dan imajinasi mereka dalam percakapan (Ding et al., 2011). Kedekatan dengan pengguna adalah rahasia kesuksesan, dan kedekatan dengan pengguna ini membuat penonton terlibat (Berzosa, 2017).

Keen (2011, hlm. 50) mengatakan "YouTube adalah layanan berbagi file berbasis web yang memungkinkan individu untuk menciptakan profil publik, membagikan video kepada daftar pengguna lain yang terpilih serta melihat-lihat daftar koneksi, serta konten buatan pengguna lainnya". Berdasarkan data dari *We Are Social* ada 2,51 miliar pengguna YouTube terdaftar pada Januari 2023 dan sepertiga dari semua pengguna di internet yang menjadikan YouTube sebagai media sosial sangat populer untuk video edukasi dan telah dikenal di berbagai kalangan sebagai platform pembelajaran alternatif yang mendorong pembelajaran sesuai permintaan (Rat für Kulturelle Bildung, 2019). Indonesia sendiri merupakan negara dengan urutan keempat pengguna YouTube terbanyak di dunia yaitu sebanyak 139 juta (Databoks, 2024). Dengan jutaan video yang tersedia dari berbagai jenis, YouTube memberikan akses mudah dan cepat untuk melihat berbagai jenis konten, mulai dari konten pendidikan hingga konten hiburan seperti vlog, tutorial, dan masih banyak lagi.

Seiring berjalannya waktu, internet telah menjadi bagian penting dalam mengembangkan pengetahuan. Media sosial YouTube sangat efektif untuk menyebarkan pesan kebaikan sebab bisa dilakukan di manapun, kapanpun, serta terjangkau. Media seperti YouTube menawarkan macam-macam jenis video, video edukasi merupakan salah satunya. Jenis video ini bisa membantu perkembangan wawasan dan bisa digunakan guru untuk dijadikan media belajar sebagai media selain buku teks.

Keenam, melihat fenomena ini, telah membuktikan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang tidak dapat disangkal, dengan menyediakan ruang yang luas untuk mencari tahu dan mengekspresikan identitas diri (Davis, 2012). Seseorang dapat mengamati orang-orang yang mungkin memiliki gaya hidup, hobi, atau kualitas yang mirip dengan mereka melalui video YouTube. Hal ini dapat membuat penonton merasa lebih terhubung dan dapat berhubungan dengan karakter-karakter dalam video YouTube. Sebuah konsep diri yang baik dapat diperkuat dan rasa percaya diri dapat ditingkatkan dengan melihat gambar-gambar yang positif dan membesarkan hati. Perilaku seseorang juga dapat dipengaruhi oleh konten YouTube. Misalnya, seseorang mungkin terinspirasi untuk mulai menjalani gaya hidup sehat jika mereka sering menonton konten yang mempromosikannya. Pembentukan konsep diri yang kuat dan positif juga dapat dibantu oleh konten yang mempromosikan perkembangan, kemampuan, atau aktivitas pribadi yang positif. Sangat penting untuk diingat bahwa konsep diri seseorang tidak sepenuhnya didasarkan pada apa yang mereka lihat di YouTube atau situs jejaring sosial lainnya. Untuk memastikan dampak yang baik pada pembangunan konsep diri seseorang, asupan konten harus seimbang, kritis, dan selektif yang tentu saja harus mengedukasi.

Ada banyak video edukasi yang ditemukan orang sebagai hasil dari pencarian mereka tentang pokok bahasan untuk belajar (menemukan informasi) bagaimana melakukan suatu tindakan. Telah diamati bahwa YouTube dapat digunakan sebagai alat tambahan untuk sistem dan lingkungan pendidikan karena kekayaan dan aksesibilitasnya yang luar biasa. Salah satu *channel* YouTube yang menyajikan konten edukasi di Indonesia adalah Satu Persen – Indonesian Life School yang merupakan sebuah startup pendidikan yang pengajarannya perihal wawasan dan keterampilan krusia dalam kehidupan yang belum didapatkan di dalam ajaran sekolah dan masyarakat secara luas. Merupakan sebuah platform yang banyak membahas hal di bidang kesehatan mental, mereka menawarkan macam-macam layanan perihal kesehatan mental hingga

pengembangan diri (*self-development*). *Channel* YouTube Satu Persen – Indonesian Life School mengupayakan peningkatan layanan serta memberi variasi yang lebih di dalamnya dan mudah diakses. Sehingga tidak menyulitkan dan memberi kenyamanan pada masyarakat luas untuk memperoleh layanan perihal kesehatan mental serta pengembangan diri.

Selain berfokus pada masalah kesehatan mental dan pengembangan diri, Satu Persen – Indonesian Life School juga dapat membantu dalam pembentukan konsep diri melalui konten video di *channel* YouTube-nya. Salah satu video yang diunggah dengan judul “Mengenal Diri Sendiri” ini membahas pentingnya mengenal diri sendiri sebagai langkah awal dalam pembentukan konsep diri yang kuat. Dalam video ini, penonton diajarkan untuk merenungkan nilai-nilai yang penting dalam hidup mereka dan memahami kekuatan dan kelemahan mereka sendiri.

Ketujuh, berdasarkan teori Jarum Hipodermik (Jarum Suntik) yang menganggap bahwa terdapat pengaruh media massa pada khalayak dengan melakukan pengukuran seberapa jauh penonton menyadari, memahami dan menerima isi pesan yang ditontonnya. Teori jarum suntik adalah sebuah pendekatan untuk mempelajari efek media terhadap perilaku. Teori ini berpandangan bahwa media 'menyuntikkan' isinya ke dalam kehidupan audiens secara langsung, dan kemudian memengaruhi perilaku mereka. Istilah 'jarum suntik,' terlebih lagi, menimbulkan gambaran tentang penyuntikan pesan yang terencana, strategis dan langsung ke dalam diri seseorang (Croteau & Hoynes, 1997).

Teori ini mencatat bahwa penerima pasif akan langsung terpengaruh oleh pesan-pesan media yang disuntikkan secara langsung ke dalam diri mereka. Atau, seperti sebutan lainnya '*the magic bullet theory*', pesan-pesan media, yang menyerupai peluru, ditembakkan ke 'kepala' penerima dari 'pistol media' (Berger, 1995). Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa pesan media adalah jarum yang langsung disuntikkan ke dalam tubuh pengguna pasif dan dengan segera mempengaruhi mereka secara langsung dan mendalam. Akan tetapi, Lazarsfeld dan para ahli lainnya menentang gagasan ini, dengan alasan bahwa gagasan ini memberikan pengertian

yang salah kepada publik tentang bagaimana media mempengaruhi khalayak. Investigasi pemilihan umum dalam "The People's Choice" oleh Lazarsfeld, Berelson, dan Gaudet (diterbitkan pada tahun 1944/1968), menghasilkan kesimpulan baru bahwa teori Jarum Hipodermik itu tidak benar. Menurut para peneliti yang menentangnya (Griffin, 2000; McQuail, 2005), khalayak memiliki kekuatan untuk memilih bagaimana menggunakan konten media dan bahwa media tidak memiliki kendali penuh atas mereka.

Di sisi lain, peneliti mengungkap bahwa teori jarum suntuk mungkin tidak bekerja pada keadaan tertentu: *pertama*, ketika masyarakat heterogen, yang menghasilkan pertukaran informasi yang besar antara masyarakat heterogen, terutama jika masyarakat memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, masyarakat dapat lolos dari pengaruh teori ini; *kedua*, ketika keragaman media massa yang besar, yang memungkinkan masyarakat untuk cenderung memiliki media yang menurut mereka lebih menarik; dan *ketiga*, ketika peran dari kelompok masyarakat juga bisa menjadi acuan mereka untuk memutuskan apa yang mereka tonton, teori ini mungkin tidak bekerja.

Kedelapan, dengan latar belakang inilah penelitian ini berfokus pada teori peluru ajaib atau jarum hipodermik dengan tujuan untuk memastikan relevansinya di era media sosial ini. Namun, tampaknya ada kemungkinan bahwa gagasan teori Jarum Hipodermik telah menemukan penerapannya di zaman sekarang mengingat pola yang meningkat di era digital, khususnya efek audiens dari media sosial. Sebuah teori beranggapan bahwa komunikasi massa mempunyai dampak langsung dan sangat membentuk perilaku yang mengonsumsinya. Hal ini merupakan gambaran sebuah jarum raksasa yang memperkenalkan yang mengonsumsi mereka dengan cara pasif. Hal ini dapat diperluas ke berbagai platform, dengan media sosial seperti YouTube, untuk memberi tahu seefektif apa teori Jarum Hipodermik ini (Little John & Foss, 2009).

Teori Jarum Hipodermik dapat digambarkan sebagai suatu model yang menghubungkan stimulus (S) dengan respon (R) dalam suatu cara yang

terkesan sangat sesuai dengan prosedur. Media dapat diibaratkan sebagai jaruh suntik besar yang mempunyai dungsi sebagai stimulus (S) yang begitu kuat dan mampu menciptakan respon (R) yang kuat juga. Teori ini dianot menyiratkan bahwa setelah menerima informasi dari media, khalayak tidak memiliki kemampuan untuk menolaknya. Dalam pandangan ini, teori juga dapat menyebabkan khalayak kehilangan kemampuan untuk memilih alternatif lainnya, seolah-olah mereka telah disuntik obat bius melalui jarum suntuk tersebut (Cangara, 2006, hlm. 97).

Pemilihan media sosial YouTube sebagai yang akan diteliti oleh peneliti sebab platform ini mempunyai berbagai kelebihan. Kelebihan pada platform ini, selain memperlihatkan gambar dan suara, juga merupakan sebuah media yang menyediakan layanan video yang bisa dimanfaatkan untuk melakukan pengunggahan, tontonan, hingga membagikan video kepada pengguna yang lainnya tanpa mengeluarkan biaya. Terdapat kelebihan YouTube dari segi durasi video daripada platform lainnya seperti Instagram, sebab di platform ini pengguna bisa mengunggah video dengan durasi maksimal hingga 12 jam. Tak hanya itu, pengguna juga bisa berkomentar dan membalasnya perihal video yang mereka tonton, mereka juga bisa menyukai atau tidak pada tiap-tiap video yang diunggah di sana.

Mengacu pada penjelasan tersebut, maka peneliti tertarik untuk memahami secara mendalam perihal pengaruh konten YouTube terhadap pembentukan konsep diri khususnya untuk para subscriber *channel* YouTube Satu Persen – Indonesian Life School yang ingin lebih mengenal diri mereka sendiri. Maka dari itu peneliti memutuskan melaksanakan penelitian berjudul “Pengaruh Tayangan Konten YouTube Terhadap Pembentukan Konsep Diri (Studi Korelasi Pada Subscriber YouTube Satu Persen – Indonesian Life School)”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh *frekuensi* tayangan konten YouTube “Satu Persen – Indonesian Life School” terhadap pembentukan konsep diri remaja?

2. Apakah ada pengaruh *durasi* tayangan konten YouTube “Satu Persen – *Indonesia Life School*” terhadap pembentukan konsep diri remaja?
3. Apakah ada pengaruh *atensi* tayangan konten YouTube “Satu Persen – *Indonesia Life School*” terhadap pembentukan konsep diri remaja?
4. Apakah ada pengaruh *frekuensi*, *durasi*, dan *atensi* tayangan konten YouTube “Satu Persen – *Indonesia Life School*” terhadap pembentukan konsep diri remaja?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *frekuensi* tayangan konten YouTube “Satu Persen – *Indonesia Life School*” terhadap pembentukan konsep diri remaja.
2. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *durasi* tayangan konten YouTube “Satu Persen – *Indonesia Life School*” terhadap pembentukan konsep diri remaja.
3. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *atensi* tayangan konten YouTube “Satu Persen – *Indonesia Life School*” terhadap pembentukan konsep diri remaja.
4. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *frekuensi*, *durasi*, dan *atensi* tayangan konten YouTube “Satu Persen – *Indonesia Life School*” terhadap pembentukan konsep diri remaja.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru tentang media massa, dengan menggunakan teori Jarum Hipodermik. Pernyataan dari teori ini bahwa media massa mempunyai dampak yang seketika, kuat, dan langsung pada audiensnya. Selain itu, diharapkan studi ini bisa memberi pengetahuan dan kemajuan dalam studi Ilmu Komunikasi dan bisa dijadikan sebagai sumber untuk melaksanakan studi lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menawarkan perspektif baru mengenai dampak dari salah satu platform media sosial, khususnya Youtube, bagi peneliti lain, mahasiswa, dan masyarakat umum. Selain itu, karena ini merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan kepercayaan diri dan menciptakan perilaku yang sehat, peneliti juga berharap lebih banyak orang yang menyadari dan memahami bagaimana konsep diri terbentuk.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Secara kebijakan, diharapkan penelitian ini bisa memberi rekomendasi kepada pemerintah, selain pemerintah, hingga berbagai lembaga yang berkaitan sebagai acuan kebijakan dalam menyebarluaskan informasi atau membuat konten di media sosial seputar pembentukan konsep diri untuk lebih memahami diri sendiri, hal inilah yang peneliti harapkan dapat dihasilkan dari penelitian ini.

1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial

Secara isu dan aksi sosial, diharapkan penelitian ini bisa memiliki berbagai manfaat bagi masyarakat dalam mencari informasi yang terkandung dalam penelitian ini tentang pengaruh konten YouTube terhadap pembentukan konsep diri. Studi ini juga diharapkan bisa dijadikan sebagai panduan mengidentifikasi video YouTube yang dapat membantu orang menciptakan konsep diri secara positif dan mendapat wawasan secara lebih dalam perihal diri mereka pribadi.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian akan dibahas pada bagian pertama proposal skripsi ini dengan mengemukakan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan penelitian dan memberikan kajian dari berbagai jurnal dan buku yang mendukung permasalahan tersebut. Latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Teori-teori dan kajian-kajian yang relevan dengan penelitian ini akan dibahas pada bagian kedua. Sub-bab akan berisi terpaan media, media sosial, YouTube, YouTube sebagai edukasi, konsep diri, pembentukan konsep diri, dan teori Jarum Hipodermik sebagai dasar dalam penelitian. Kerangka pemikiran yang menguraikan teori, gagasan, dan kesimpulan yang akan diambil dari penelitian ini akan menjadi penutup.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan, mencakup desain penelitian, metode dan pendekatan penelitian, tempat, waktu, dan partisipan penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, analisis deskriptif dan prosedur penelitian, akan dibahas dalam bagian ini.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi temuan penelitian yang didapatkan dari analisis data yang sudah dikumpulkan melalui kuesioner. Akan dilakukan analisis pada data tersebut dan dipaparkan secara mendalam, sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Setiap temuan akan dibahas secara kritis untuk memahami bagaimana temuan studi tersebut mendukung atau menolak hipotesis yang sudah diajukan.. Pembahasan akan menghubungkan hasil penelitian dengan teori yang telah dibahas di bab kajian pustaka, serta membandingkannya dengan hasil penelitian terdahulu. Bab ini juga akan mengidentifikasi implikasi dari temuan-temuan tersebut dan apa artinya bagi pemahaman kita mengenai pengaruh tayangan konten YouTube terhadap pembentukan konsep diri.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan yang diambil dari keseluruhan penelitian yang sudah dilaksanakan. Simpulan ini akan merangkum temuan-temuan utama dan menyajikan implikasi baik teoretis maupun praktis dari hasil penelitian.

Bagian ini juga akan memberikan rekomendasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang dapat memperluas atau memperdalam temuan-temuan yang telah diperoleh. Penutup ini berfungsi sebagai ringkasan yang memberikan panduan kepada pembaca tentang kontribusi penelitian ini serta arah yang mungkin diambil untuk penelitian lebih lanjut di masa depan. Skripsi ini dirancang berdasarkan struktur yang sesuai dan sistematis agar memudahkan para pembaca dalam mengikuti alur studi sejak awal sampai akhir.