



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini informasi merupakan hal yang sangat penting. Dengan berkembangnya zaman serta teknologi yang semakin canggih, seperti adanya internet yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun membuat para pengguna lebih mudah mengakses informasi yang dibutuhkan. Hampir semua orang didunia dengan mudah mengakses informasi hanya dengan media komputer dan internet. Pesatnya perkembangan teknologi internet membuat kemudahan dalam mengakses internet. Perkembangan teknologi sekarang tidak hanya dalam mengakses informasi, namun perkembangan seperti gadget dan media baru. Perkembangan teknologi internet yang demikian pesat memberikan kemungkinan bagi setiap orang dalam melakukan kegiatan secara *online* (Benny A. Pribadi, 2017:7).

Pada umumnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi *web* terbaru berbasis internet, yang mudah bagi semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi dan saling berbagi serta membentuk sebuah jaringan secara *online* sehingga dapat menyebarkan secara luas konten mereka sendiri. *Post* di blog, tweet, atau video *YouTube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010 : 2).

Selain itu, manfaat media sosial yaitu memberikan pengalaman yang banyak bagi pengguna, dimana pengguna berinteraksi dengan data yang dibuat secara dinamis dari masukkan pengguna, pengguna dapat bertindak sebagai kontributor di dalam situs untuk memberikan data ulasan dan komentar, dan memungkinkan pengguna klasifikasi serta menemukan informasi yang sesuai (Goel, Islamia, & Singh, 2016).



Tingginya ketertarikan masyarakat atau individu saat ini terhadap komunikasi melalui media menjadikan masyarakat atau individu tidak dapat menahan terpaan media baru. Berpacu dalam gaya hidup saat ini masyarakat atau individu lebih memilih menggunakan media baru khususnya internet. Salah satu media sosial yang cukup menyita perhatian masyarakat dan disukai banyak kalangan masyarakat, khususnya *millenial* (Remaja) adalah *YouTube* merupakan salah satu media sosial berbasis video. Digunakan sebagai media untuk mencari dan berbagi informasi. Pengguna *YouTube* saat ini memiliki jumlah pengguna yang sangat fantastis, yakni lebih dari satu milyar pengguna. Hal ini terjadi karena saat membuat akun atau sebuah *channel* di *YouTube* dapat meraih pengguna dan juga penonton dengan jumlah yang banyak maka akan mendapatkan bayaran. Hal ini menciptakan minat audiens semakin bertambah tinggi dalam mengunggah dan membagikan video melalui *YouTube Channel*.

*YouTube* merupakan situs video sharing membagikan berbagai video. Dilansir dari <https://dianisa.com/pengertian-youtube/> *YouTube* didirikan oleh mantan pekerja *Paypal*, Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim pada Februari 2005, namun pada akhir 2006 situs ini menjadi milik *Google* hingga saat ini. Video dalam situs *YouTube* sebagian besar diunggah oleh individu. Namun beberapa perusahaan media besar seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan beberapa perusahaan lain yang ikut serta dalam penayangan materi mereka melalui situs ini sebagai bentuk program kerjasama. Steve Chen dan Chad Hurley merupakan pencetus situs ini didirikan pertama kali karena mereka pernah mengalami kesulitan untuk membagikan video. *YouTube* mulai menjadi Startup teknologi setelah menerima investasi dari Sequoia Capital sebesar USD 11.5 juta. Unggahan pertama kali di situs ini pada 23 April 2005 berjudul “*Me at the Zoo*” yang menayangkan salah satu pendiri *YouTube* saat berada disalah satu kebun binatang *San Diego* dan video ini dapat disaksikan hingga saat ini. Saat ini pengguna internet dapat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan mudah berbagi video melalui situs *YouTube* dengan hanya membuat *Channel* yang dapat diregistrasi secara gratis.

Menurut Sianipar (2013, diakses tanggal 28 Mei 2022) *YouTube* adalah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia berbagai informasi yang sangat membantu. *YouTube* mempunyai fungsi mencari informasi video atau melihat video secara langsung.

Salah satu jenis media yang ada pada *YouTube* adalah konten mukbang. Konten mukbang merupakan sebuah aktivitas kegiatan video yang dilakukan oleh pengguna *YouTube* yang menghasilkan konten video mengenai makanan yang sedang viral, konten makan dengan porsi besar atau makanan yang ekstrim bagi penontonnya. Mukbang sendiri sangat banyak dilakukan oleh para kreator *YouTube* di Mancanegara termasuk Indonesia.

Saat ini para pembuat konten *YouTube* disebut dengan *YouTuber* atau konten kreator. Sebutan tersebut tidak memiliki perbedaan yang jauh hanya saja sebutan tersebut berdasarkan bagian dalam pembuatan konten. *YouTuber* adalah orang yang memproduksi *YouTube* atau dapat dikatakan orang yang ada di dalam video tersebut. Konten kreator adalah orang yang membuat konten serta memproduksi konten tersebut berupa tulisan, lisan, maupun video.

*Views* atau penonton ini adalah syarat atau keinginan dari dari setiap *YouTube* karena ini merupakan semakin banyak penonton dalam konten *youtuber* tersebut, maka *youtuber* itu akan naik dan terkenal. Setiap jumlah *viewers* akan dihitung yang nantinya akan mendapatkan upah. *Views* merupakan bagian *terpenting* konten kreator. *Subscriber* adalah penganut akun tersebut, jika channel melakukan pembaharuan konten makanya kita dapat pemberitahuan agar tidak tertinggal seperti berlangganan. Seperti penjelasan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



di atas, semakin banyak yang berlangganan maka ada kemungkinan atau potensi penontonnya tambah banyak.

Dapat disimpulkan bahwa *viewers* dan *subscriber* sama pentingnya untuk seorang *Youtubers* karena itulah yang dapat membuat *channel* dan konten mereka tersebut dapat menjadi besar dan dapat ditandakan bahwa konten tersebut dinikmati dan disukai oleh penonton. Oleh karena itu, konten yang menarik dan unik lebih banyak ditonton.

Dilansir dari (<https://www.liputan6.com/regional/read/4867498/mengenal-mukbang-dan-dampaknya-bagi-kesehatan> diakses pada 3 April 2022) Mukbang berasal dari kata *Muk-ja* yang memiliki arti makan, dan *bang-song* berarti siaran. Arti sesungguhnya mukbang yaitu aktivitas siaran makan yang berasal dari Korea Selatan sebutan bagi orang-orang yang menyiarkan diri mereka sendiri (*Host*) melalui *platform streaming* saat mereka sedang mengonsumsi makanan yang umumnya dengan porsi banyak. pengucapan kata mukbang yang benar adalah “*meok-bong*” atau “*moak-bahng*”. Mukbang mulai populer di Korea Selatan pada 2010. Tren ini kemudian konten ini mengglobal dan ditiru oleh banyak negara dengan membuat konten mukbang bahkan dapat menjadi karir yang memiliki pendapatan tinggi atau besar. Universitas Nasional Seoul menemukan bahwa dalam jangka waktu 2 tahun (April 2017 hingga April 2019) istilah “mukbang” ditelusuri lebih dari 100.00 video di *YouTube*. Di Korea pendapatan mukbanger profesional menghasilkan hingga \$10.000 pendapatan tersebut dari iklan, sponsor, *endorsement*, dan jumlah *likes* serta *Views*.

Mukbang kerap kali dikaitkan dengan *ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response)* pada dasarnya konten tersebut memiliki kesamaan yaitu makan dengan porsi besar atau makan makanan ekstrim. Walaupun begitu ada perbedaan antara konten



mukbang dan *ASMR*. Mukbang adalah konten makan tanpa memperdulikan efek suara dan tampilan. Namun mukbang menyuguhkan bagaimana (*Host*) pemilik akun *YouTube* tersebut memakan dan menikmati hidangan yang sedang disantapnya. *ASMR* yaitu mukbang yang disertai bunyi-bunyian saat menyantap makanan, membuat makanan maupun saat membuka makanan tersebut. Dalam siaran *ASMR* dapat menimbulkan sensasi kesemutan di otak, kepala, leher, dan tulang belakang melalui suara dan visual orang yang menggigit, mengunyah, dan menyeruput berbagai makanan. Tak hanya makan serta kita dapat menerima kesenangan luar biasa dari menonton atau mendengarkan kegiatan sehari-hari lainnya.

Konten kreator mukbang yang asal indonesia adalah Tanboy Kun yang memiliki nama asli Bara Ilham Bakti Perkasa lahir di Kota Padang, Sumatera Barat pada tanggal 18 November 1993. Tanboy Kun sudah berkarir sebagai *YouTube Creator* selama 5 tahun. Pria penggemar makanan pedas ini mulai aktif membuat konten pertama kali yang diunggah pada kanal *YouTube* pada tahun 2016 yang berjudul “Gokil!!! 2.5 Kg Nasi Padang Challenge” dengan jumlah 2.2M *Views*. Jumlah seluruh video yang sudah diunggah di *YouTube channel* Tanboy Kun saat ini sebanyak 533 video. Video dengan penonton terbanyak pada Kanal *YouTube* tersebut berjudul “Gila!!! 10 Ayam dan 3 Cheeseburger McDonald Pake 2 Botol Samyang Nuclear 4x Lebih Pedas” mencapai 86M *Views*. Selama berkarir Tanboy Kun dipercaya beberapa produk makanan seperti Golden Lamian, Cimory, dan lain-lain sebagai untuk dipromosikan dalam videonya.

Dilansir dari (<https://seleb.tempo.co/read/1531815/tanboy-kun-konten-kreator-mukbang-paling-populer-di-indonesia/full&view=ok> diakses 3 April 2022). Akun *YouTube* Tanboy Kun memiliki konten mukbang dan *ASMR* yang populer hingga disukai oleh remaja Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Pengikut tertinggi yaitu 15,4 M *Subscriber* dengan menghususkan pada konten mukbang dengan porsi super besar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan pedas, misalnya makan ayam dengan saus pedas dijadikan mukbang saat berbuka puasa, makan 100 gram cabe, dan banyak lainnya. Berkat konten mukbang yang sering dibuatnya membuat Tanboy Kun berhasil memenangkan penghargaan *Video Content Creator Awards 2021* dengan kategori *Content Creator* kuliner Terfavorit.

Video konten Tanboy Kun secara keseluruhan memiliki penonton atau *Views* sebanyak 54.873 juta kali dan berhasil menempati posisi ke-20 *Channel YouTube* terpopuler di Indonesia per 23 November 2021. Pendapatan Tanboy Kun perbulannya dapat mencapai \$13.7 ribu hingga mencapai jumlah \$219.5 ribu.

Minat merupakan keinginan yang ada setelah melihat, menonton dan mempertimbangkan sesuai minat individu. Hal ini sejalan dengan asumsi Juitania dan Ad-Indrawan (2020 : 35), Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh atau Minat juga merupakan gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu objek sebab ada perasaan senang.

Minat menonton mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie terhadap konten mukbang *Channel YouTube* Tanboy Kun yaitu keintiman yang disuguhkan oleh *YouTuber* tersebut. Biasanya *YouTuber* melakukan perekaman video berada di meja makan atau ruangan khusus maupun tempat makan yang sedang dikunjungi. Terdapat alasan lain mengapa tayangan mukbang mendapatkan minat penonton yang tinggi, seperti yang dilansir dari (<https://www.alodokter.com/dampak-positif-dan-negatif-dari-menonton-video-mukbang-bagi-kesehatan> diakses pada 3 April 2022) menunjukkan konten mukbang dapat membuat dapat meningkatkan nafsu makan, menghilangkan stres, mengurangi kesepian, menambah kesenangan saat menonton dan dapat contoh pilihan saat bingung ingin memilih makanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan  
Seberapa besar pengaruh konten mukbang Tanboy Kun terhadap minat menonton  
mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018?

## C. Identifikasi Masalah

1. Seberapa besar pengaruh konten mukbang Tanboy Kun terhadap mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018?
2. Seberapa besar minat menonton terhadap mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018 terhadap konten mukbang Tanboy Kun?

## D. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan indentifikasi masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh konten mukbang Tanboy Kun terhadap mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018.
2. Untuk mengetahui minat menonton mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018 terhadap konten mukbang Tanboy Kun.

## E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat secara akademis dan sosial, sebagai berikut:

### 1) Manfaat Akademis

- a) Diharapkan penelitian ini dapat menambah dan melengkapi teori, konsep terutama dalam perkembangan ilmu komunikasi, dan juga



dapat dijadikan sebagai acuan bagi penelitian yang sejenis untuk ke tahap selanjutnya.

- b) Dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya untuk penelitian yang berkaitan dengan komunikasi dan kepuasan menonton.
- c) Sebagai implementasi teori yang sudah didapat dan dipelajari selama perkuliahan, serta dapat menambah pengetahuan peneliti tentang tayangan konten mukbang dalam aplikasi *YouTube*.

## 2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menjadi referensi bagi para pengguna *YouTube* dan penikmat tayangan *YouTube*. selain itu, diharapkan menjadi salah satu referensi bagi pembuat konten untuk serta mengembangkan konten agar lebih menarik dan kreatif.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.