

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Evolusi platform media sosial sangat erat kaitannya dengan modernisasi kehidupan manusia yang cenderung lebih menyukai konten digital yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Pada saat tingkat aktivitas fisik menurun secara global, lebih dari 25 persen atau setara 1,4 miliar orang didominasi dari kalangan muda bersikap negatif seperti tidak menyukai aktivitas fisik (Juniman, 2018).

Kehadiran fenomena pandemi COVID-19 telah mengubah tatanan kehidupan dan berdampak mengubah sikap manusia di seluruh dunia sebagai bentuk menjaga kesehatan fisik dan mental di era COVID-19 dengan mengubah rumahnya menjadi tempat berolahraga atau gym pribadi melalui media sosial (Fitria, 2021).

Media sosial dapat digunakan untuk saling bersosialisasi secara online, memungkinkan seseorang berkomunikasi satu sama lain terlepas dari kendala ruang dan waktu sebagai bentuk menyalurkan bakat serta kemampuan dalam proses penyampaian pesan, khususnya konten *workout*. Salah satu media sosial terpopuler, pengguna memiliki akses ke video *workout* yang dapat diikuti oleh pengguna lain adalah YouTube.

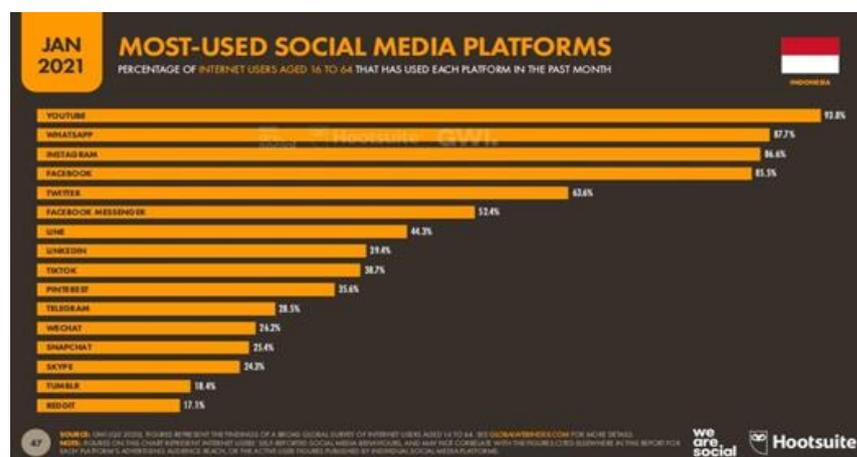
Hasil studi HootSuite dan agensi marketing we are social bertajuk "*most used social media platform*" menyatakan bahwa media sosial YouTube di Indonesia menduduki peringkat pertama yakni mencapai 93,8 persen atau 190 juta jiwa hingga mengalahkan 9 dari 10 platform media sosial lainnya. Selain itu, situs jejaring sosial YouTube sebagai media sosial yang paling diminati dan popularitas hingga menyebabkan pengguna mengupload sekitar 60 jam konten setiap menit dan menghasilkan 4 miliar tampilan halaman setiap hari (Kemp, 2021).

Indriana Safira, 2023

PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN WORKOUT DI YOUTUBE CHANNEL YULIA BALTSCHUN TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP POSITIF GENERASI Z UNTUK BEROLAHRAGA (SURVEI PADA MAHASISWI AKTIF UPN VETERAN JAKARTA)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Gambar 1. Platform Media Sosial



Sumber : (Wearesocial, 2021)

Peningkatan pengguna (*user*) yang telah dimanfaatkan oleh seorang konten *workout* yang cukup handal membuat video untuk berbagi informasi dan pengalaman terkait olahraga *workout* selama di rumah. Mengingat kemampuan seorang influencer sangat besar, maka berkemungkinan dapat mempengaruhi sikap positif audience. Kini, olahraga di rumah (*workout*) selama pandemi COVID-19 mulai trend di media sosial yang disebabkan fasilitas olahraga diluar ruangan atau pusat kebugaran ditutup sementara (Hidayat, 2021).

Hasil data dari Marcos (2020) menyatakan bahwa media sosial YouTube selama pandemi 2020 mengalami peningkatan jumlah pembuat video kebugaran lebih dari lima lipat dan telah dikonfirmasi dari berbagai negara seperti Australia dan Jerman menggunakan media sosial dan platform digital lainnya untuk berolahraga di rumah selama COVID-19 untuk menjaga kebugaran fisik. Di Indonesia, YouTube juga telah mengidentifikasi sebesar 515 persen didominasi oleh seorang *fitness influencer* memanfaatkan media sosial YouTube untuk menyebarkan konten yang berhubungan olahraga di rumah. Sedangkan, sebesar 215 persen berhubungan dengan perawatan diri (Gunawan, 2020).

Sebagai pengikut dan penonton konten visual cenderung memilih percaya kepada influencer. Hasil data dari tirto.id (2018) generasi Z mempercayai influencer (40%) dibandingkan percaya kepada teman (38%).

Indriana Safira, 2023

PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN WORKOUT DI YOUTUBE CHANNEL YULIA BALTSCHUN TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP POSITIF GENERASI Z UNTUK BEROLAHRAGA (SURVEI PADA MAHASISWI AKTIF UPN VETERAN JAKARTA)

2

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Selaras dengan hasil riset kompas.com (2022) menunjukkan bahwa generasi Z terutama mahasiswa lebih mempercayai influencer dikarenakan memiliki kemampuan tertentu (51,7%), mampu mengajarkan ilmu baru (50,5%), dan mengunggah konten menenangkan atau tidak memperkeruh (36,7%). Artinya, generasi Z memilih seorang influencer sebuah konten bergantung oleh kemampuan dibidangnya.

Beberapa seorang *fitness influencer* telah memberikan saran yang salah di media sosial. Hasil studi terbaru oleh Rahmawati (2021) menyatakan bahwa terdapat banyak kesalahan dalam video *workout* lebih dari seperempat atau 27 persen seorang pembuat video *workout* di YouTube memberikan saran tidak sesuai untuk diikuti atau menggunakan gerakan yang salah kepada yang mengkonsumsi konten *workout*.

Konsep berolahraga di rumah pada penelitian ini bahwa audience mengkonsumsi YouTuber kebugaran dan konten digital saluran YouTube dari komunikator untuk mendapatkan tips berolahraga dan pengalaman berolahraga di rumah secara gratis. Dalam konteks yang berhubungan dengan kesehatan dan kebugaran, melihat apakah seorang komunikator dan saluran YouTube mereka sudah memiliki latar belakang yang kredibel di bidang *workout* serta dampak apa yang paling berpengaruh dalam kredibilitas sumber.

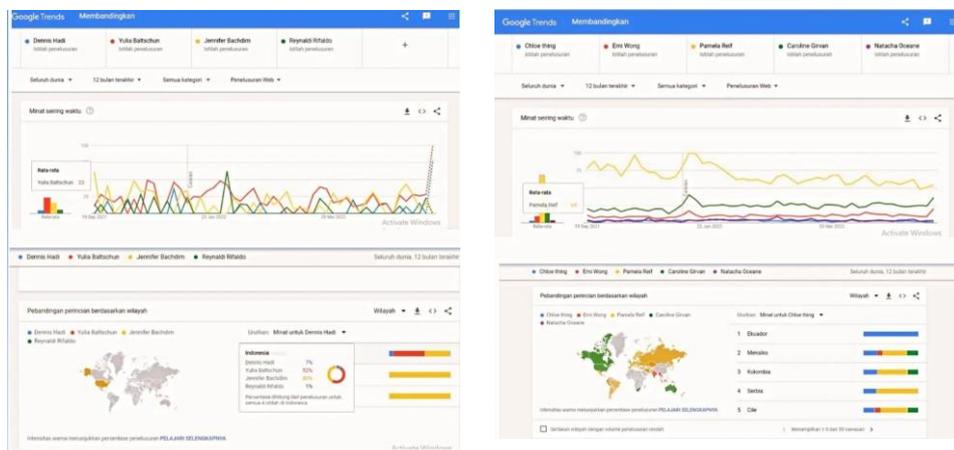
Strategi kredibilitas sumber telah menjadi faktor berkontribusi terhadap perubahan sikap positif yang disebabkan sejumlah intervensi aktivitas fisik yang inovatif membuat untuk meningkatkan pemahaman kepada generasi Z yang bergantung pada karakteristik komunikator sebagai sosok yang menarik serta memiliki kesamaan nilai serupa (Perloff, 2017).

Adanya kesesuaian dengan penelitian ini, salah satu seorang konten *workout* yang peneliti tertarik adalah saluran YouTube Yulia Baltschun yang tentunya dapat memenuhi pada dimensi kredibilitas seperti kepercayaan, keahlian, dan daya tarik. Alasan penelitian ini memilih YouTube channel Yulia Baltschun untuk diteliti dikarenakan memiliki jumlah *subscriber* terbanyak di antara *fitness influencer* lainnya yang ada di Indonesia terhitung sejak 15 Maret 2013 hingga per tanggal 24 Juli 2022 channel Yulia Baltschun

mencapai 2,27 juta *subscriber* yang memiliki 121 video serta jumlah *viewers* dari semua videonya mencapai 128,266,791 kali dilihat.

Terdapat beberapa *fitness influencer* di YouTube yang memiliki kredibilitas seperti Chloe Thing, Emi Wong, Pamela Reif, Caroline Girvan, dan Natacha Oceane. Di Indonesia juga terdapat *influencer* memberikan konten *workout* di YouTube channel seperti Dennis Hadi, Yulia Baltschun, Jennifer Bachdim, dan Reynaldi Rifaldo.

Gambar 2. Perbandingan akun YouTube Fitness Influencer



Sumber : (Trends Google, 2022)

Berdasarkan hasil data dari *Google Trends* menemukan bahwa YouTube channel Yulia Baltschun (52%) dan Pamela Reif (68%) memiliki persentase yang cukup diminati oleh para pengguna (*user*) namun channel Pamela Reif tidak terjadi adanya minat pencarian *workout* pada penduduk Indonesia dan cenderung populer di negara seperti Serbia, Kolombia, dan Cile. Maka, kesimpulan dari hasil data *Google Trends* Yulia Baltschun berada di peringkat nomor satu sebagai *fitness influencer* yang paling banyak diminati oleh para pengguna (*user*) YouTube berasal dari penduduk Indonesia dibandingkan channel lainnya.

Alasan pemilihan YouTube channel Yulia Baltschun dikarenakan sudah memiliki *certified fitness* dan informasi yang dibagikan bukan hanya sekedar informasi dari pengalaman di bidang *workout* saja, namun bersumber pengamatan dari berbagai buku, observasi jurnal internasional dan nasional,

Indriana Safira, 2023

PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN WORKOUT DI YOUTUBE CHANNEL YULIA BALTSCHUN TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP POSITIF GENERASI Z UNTUK BEROLAHRAGA (SURVEI PADA MAHASISWI AKTIF UPN VETERAN JAKARTA)

serta berdiskusi para ahli sehingga informasi yang diberikan valid. Dengan sertifikasi *fitness*, Yulia Baltschun memiliki spesialisasi dalam proses mempersuasi audiens sebagai *fitness specialist*. Disamping itu, yang menjadi perbedaan dengan *fitness specialist* lainnya adalah menyampaikan informasi dengan singkat, padat dan jelas.

Sehubungan dengan penelitian ini, alasan memilih YouTube channel Yulia Baltschun lainnya dikarenakan menampilkan hasil *review* pada perubahan sebelum dan setelah melakukan olahraga *workout*. Lius (2019) menemukan bahwa generasi Z terutama kalangan wanita lebih menyukai melihat hasil *review* terlebih dahulu dari seorang *fitness influencer* sebelum melakukan olahraga *workout* sebanyak 81,7% dibandingkan generasi milenial hanya 72,9%.

Hasil riset dari Fonna (2021) membuktikan bahwa responden cenderung memiliki kepercayaan yang kuat pada Yulia Baltschun sebanyak 91,35 persen atau sekitar 359 orang. Sementara itu, sisanya 8,65 persen atau 34 orang telah mempercayai informasi yang sedang pada Yulia Baltschun.

Pada penelitian ini, kredibilitas sumber yang diharapkan adalah dapat menanamkan rasa kepercayaan kepada audiens dengan berbagai unggahan video *workout* yang menyakinkan tidak mengandung tipu daya (kepercayaan), memberikan pengetahuan yang luas mengenai *workout* dengan menyesuaikan karakteristik latar belakang audiens (keahlian), dan memiliki popularitas, berpenampilan cantik, menarik, serta tidak membosankan (daya tarik).

Perubahan sikap audiens terhadap objek akan menjadi penghubung antara komunikasi dengan objek yang bersangkutan. Menurut Notoatmodjo dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Perilaku Kesehatan* menyebutkan bahwa pemilihan gaya hidup dapat dipengaruhi terhadap sikap yang akan diambil, yaitu *thoughts and feeling* dapat mempengaruhi pilihan gaya hidup dengan didasari pertimbangan dalam pemilihan *influencer* sebagai panutannya sebelum mengikutinya dan *personal reference* didasari melihat gaya hidup sehat orang lain sukses untuk mendapatkan tubuh ideal (Notoatmodjo, 2014).

Berdasarkan dengan kondisi diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh pengaruh kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga. Penelitian ini menjadi penting dan menarik diteliti untuk melihat dan mengkaji bagaimana teori kredibilitas sumber dikaitkan dengan kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga, dimana generasi Z merupakan mahasiswi aktif UPN Veteran Jakarta. Sikap yang diharapkan berupa pengetahuan, minat atau ketertarikan, dan tahap tindakan melakukan olahraga melalui seorang konten *workout* di media sosial YouTube.

Untuk lebih memahami mengenai penelitian tentang pengaruh kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga, terdapat penelitian terdahulu yang relevan sebagai referensi penelitian dalam membantu mengkaji penelitian yang akan dilakukan dengan teori dan pengetahuan yang terkandung pada penelitian tersebut.

Kredibilitas seseorang mampu menimbulkan respons atau mempengaruhi sikap dari audiens. Pernyataan tersebut dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh Prihantiningasih & Ayuningtyas (2017) dan Fathiyah & Rina (2019) menunjukkan bahwa kepercayaan, keahlian, dan daya tarik memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perubahan sikap audiens dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Pada penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Kosasih et al. (2017) dan Salamah & Akmal (2019) memperlihatkan bahwa adanya hubungan keeratan yang signifikan dan positif antara variabel kredibilitas terhadap variabel pembentukan sikap.

Berdasarkan penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Niftah & Rahmat (2017); Sugiharto & Ramadhana (2018); dan Besar (2017) menunjukkan bahwa adanya beberapa indikator kredibilitas seperti dapat dipercaya, ahli, berpengalaman, terampil, dapat diandalkan, kejujuran, niat baik, berpenampilan menarik dan kesadaran audiens. Selanjutnya, hasil

penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kim (2022); Li (2023); dan Durau (2022) menunjukkan bahwa terdapat indikator pembentukan sikap, seperti kemampuan, dapat diandalkan, konsistensi, dan motivasi dapat mempengaruhi audiens dalam melakukan olahraga.

Dari 10 penelitian terdahulu di atas, memiliki relevansi yang sama yaitu meneliti kredibilitas dan sikap namun terdapat perbedaan atau kebaruan yang peneliti tawarkan. Peneliti ingin melakukan penelitian tentang pengaruh kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga. Penelitian terdahulu menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian peneliti seperti, minat berolahraga dan *celebrity endorsement* sedangkan penelitian peneliti memiliki variabel kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif untuk berolahraga pada survei mahasiswa aktif UPN Veteran Jakarta.

Alasan peneliti memilih Generasi Z pada mahasiswa aktif UPN Veteran Jakarta dikarenakan hasil dari data Nugrahani et al. (2021) menyatakan bahwa pengikut dan penonton akun YouTube channel Yulia Baltschun mayoritas berjenis kelamin perempuan sebesar 90% dan menonton konten *workout* didominasi oleh para pelajar/mahasiswa sebesar 72% dengan rentang usia 21-25 tahun yang berdomisili Jakarta Selatan.

Hasil data dari Permatasari (2021) menyatakan bahwa seluruh fakultas di lingkungan UPN Veteran Jakarta khususnya mahasiswa sudah menggunakan internet sebagai media mencari informasi. Sebagai generasi yang paling mengerti teknologi dibandingkan generasi lainnya, generasi Z justru generasi paling aktif melakukan olahraga.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pada tanggal 24 Maret 2022 peneliti memilih Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang menjadi salah satu objek penelitian di lingkungan mahasiswa. Lingkungan kampus yakni anak perkuliahan tingkat pemahaman bergantung pada bagaimana seorang komunikator menyampaikan pesan yang selalu dibuktikan data akurat, terutama pada saat melihat informasi atau konten di media sosial

rasa ketertarikan dilatarbelakangi oleh seberapa besar kredibilitas seorang komunikatornya yang dipercayainya.

Hasil survei awal peneliti per tanggal 26 Maret 2022, berupa pra-penelitian pada mahasiswa aktif UPN Veteran Jakarta menunjukkan bahwa sebagian besar didominasi oleh wanita sebanyak 23 dari 30 orang melakukan olahraga *workout* dan sebanyak 5 orang berjenis laki-laki tidak memilih *workout* sebagai pilihan olahraga. Sisanya, 2 mahasiswi tidak terdapat perubahan sikap positif berolahraga.

Adapun hasil pra-survei wawancara pada tanggal 29 Maret 2022, salah satu mahasiswi aktif UPN Veteran Jakarta berinisial F menunjukkan bahwasanya olahraga *workout* memiliki dampak positif terutama dalam menurunkan berat badan untuk menjadi ideal dengan memulai untuk melihat dan mencoba mencari beberapa sumber yang terlihat memiliki kredibel, salah satunya YouTube channel Yulia Baltschun yang memberikan konten video tutorial *workout* didasari keakuratan informasi serta memiliki perbedaan dengan seorang *workout* lainnya adalah tidak pernah mempromosikan diri sendiri dan selalu menyampaikan pesan yang singkat, padat, dan jelas.

Keterkaitan antara kredibilitas sumber dengan sikap untuk menjelaskan adanya pengaruh kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga dengan menggunakan teori kredibilitas sumber dan melihat komponen sikap apa yang memiliki dampak paling berpengaruh dari kredibilitas seorang konten *workout*.

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswi aktif UPN Veteran Jakarta yang telah menonton konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka pada penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kredibilitas Konten *Workout* di Youtube Channel Yulia Baltschun terhadap Pembentukan Sikap Positif Generasi Z untuk Berolahraga (Survei Mahasiswi Aktif UPN Veteran Jakarta)”**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun memiliki pengaruh terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga (Survei pada mahasiswi aktif UPN “Veteran” Jakarta).
2. Seberapa besar pengaruh kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga (Survei pada mahasiswi aktif UPN “Veteran” Jakarta).

I.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Praktis

Untuk memberikan hasil penelitian yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan pengetahuan bagi generasi Z secara langsung dalam memilih suatu kredibilitas konten pada influencer.

2. Tujuan Teoritis

Untuk mengkonfirmasi Teori Kredibilitas Sumber dalam mengetahui adanya pengaruh kredibilitas konten *workout* di YouTube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga dilihat dari mahasiswi aktif UPN “Veteran” Jakarta.

I.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan hasilnya mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam literatur penelitian bagi Program Studi Ilmu Komunikasi terkait kredibilitas konten dan pembentukan sikap positif. Selain itu, dapat dijadikan tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Diharapkan penelitian ini juga mendapatkan pengetahuan dalam memahami pembentukan sikap positif melalui pengaplikasian Teori Kredibilitas Sumber yang mempelajari kredibilitas konten tinggi dapat membentuk sikap positif pada penggunaan YouTube.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan hasilnya dapat memberikan informasi dan sumber referensi untuk penelitian selanjutnya terkait pengaruh kredibilitas konten terhadap pembentukan sikap positif generasi Z untuk berolahraga dengan dilihat dari mahasiswa aktif UPN “Veteran” Jakarta.

I.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman isi yang berisi materi-materi setiap bab, maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka menjelaskan konsep-konsep dan teori yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian berisikan mengenai objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data, waktu dan lokasi pelaksanaan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan analisis yang telah diperoleh melalui pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan hasil penelitian serta saran terkait penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan buku-buku, jurnal, internet, dan literatur lainnya untuk melengkapi data-data yang diperlukan.