

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berkomunikasi, bekerja sama, berbagi informasi, dan merepresentasikan diri (Rulli, 2016). Media sosial memungkinkan orang untuk berinteraksi dengan berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh masyarakat umum (Brogan, 2010). Media sosial merupakan suatu alat yang bersentuhan langsung dengan kehidupan sehari hari masyarakat di Indonesia bahkan di seluruh negara, baik negara berkembang sampai negara maju. Media sosial saat ini tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berbagi informasi saja, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat untuk membentuk berbagai opini, memengaruhi perilaku, serta berinteraksi dalam berbagai aspek dalam kehidupan, baik pribadi maupun secara profesional.

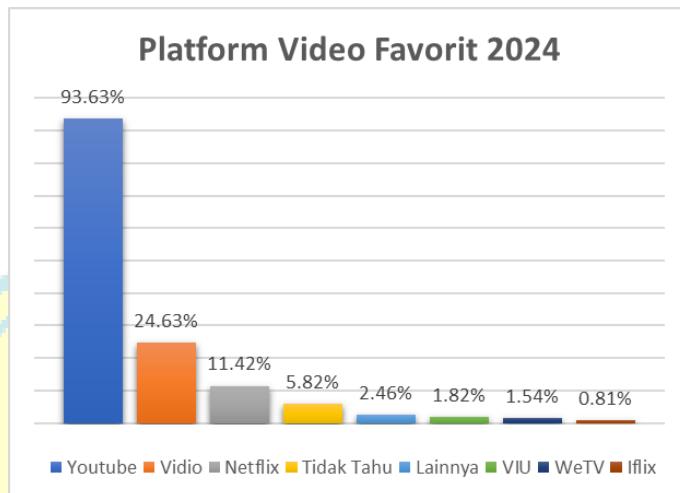
Di seluruh dunia maupun di Indonesia sudah terdapat banyak jenis media sosial, diantaranya adalah Facebook, TikTok, Telegram, Instagram, twitter dan lain sebagainya. Menggunakan sosial media saat ini menjadi hal yang umum digunakan pada zaman modern saat ini. Penggunaan media sosial memiliki banyak manfaat yang sangat penting untuk tujuan pribadi, bisnis, atau organisasi. Secara pribadi, media sosial biasanya digunakan sebagai media pertemanan, sarana aktualisasi diri pengguna, media hiburan, lapangan pekerjaan, hingga media pembelajaran, karena mereka

menyediakan berbagai jenis informasi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja (Mukrima, 2018).

Berkembangnya teknologi digital yang semakin pesat, merubah cara masyarakat dalam mengakses, mendapatkan dan menikmati informasi. Kita bisa merasakan bagaimana media konvensional perlahan tergantikan oleh platform-platform digital sebagai sumber utama informasi. Hadirnya berbagai platform media sosial dan layanan platform video seperti YouTube membuat kita bisa dengan mudah mendapatkan berbagai konten menarik kapan saja dan di mana saja. Meskipun satu sisi mempermudah masyarakat dalam mendapatkan berbagai informasi, tetapi melimpahnya informasi juga membuat kita kadang merasa kesulitan dalam memilah berita yang benar dan yang hoaks.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna media digital di Indonesia terus meroket. Pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221 juta pengguna, dengan mayoritas menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial dan platform video sebagai aktivitas utama. Masih menurut APJII, YouTube menjadi salah satu platform video yang paling banyak diakses, dengan tingkat penetrasi mencapai 94% dari hasil survei pengguna internet di Indonesia. Hal ini mencerminkan besarnya peran platform video digital YouTube dalam membentuk arah penyebaran informasi dan dinamika wacana publik di Indonesia.

Gambar 1.1
Data Platform Video Favorit 2024



Sumber: data diolah (<https://survei.apjii.or.id>, diakses pada 02 April 2025 pukul 12:30)

Saat ini masyarakat mengakses platform YouTube bukan hanya untuk mencari hiburan, tetapi juga dalam mencari informasi. Burgess dan Green menyatakan bahwa YouTube bukan hanya wahana hiburan semata, tetapi menciptakan ruang ide baru dan pertukaran pengetahuan yang mempengaruhi cara masyarakat dalam mendapatkan informasi (Tohe, 2021). Pendapat ini sejalan dengan penelitian Khan bahwa mayoritas pengguna YouTube menonton bukan hanya untuk hiburan, tapi lebih karena ingin mencari informasi dan belajar hal baru. Khan menganggap ini sebagai pergeseran pola konsumsi media yang cukup signifikan (Khan, 2017).

Di tengah derasnya dominasi dari konten hiburan dan sensasional yang membanjiri berbagai platform digital di tanah air, muncul kesadaran di masyarakat akan pentingnya konten yang bernilai lebih secara intelektual

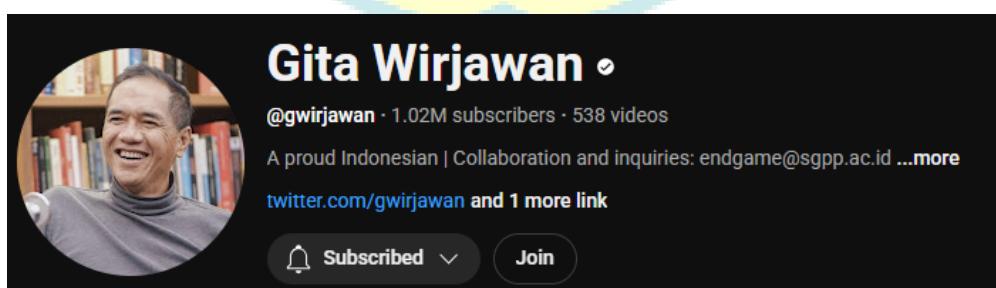
dan mampu menciptakan pemikiran yang kritis. Kebutuhan ini tidak hanya dirasakan oleh kalangan akademisi, tetapi juga oleh masyarakat luas yang haus akan pemahaman terhadap berbagai isu strategis, baik dalam konteks lokal maupun global. Menjawab kebutuhan tersebut, sejumlah konten kreator mulai menghadirkan ruang-ruang diskusi yang informatif dan mendidik seperti melalui *podcast*.

Gita Wirjawan merupakan salah satu publik figur yang berperan penting dalam ekosistem konten kreator digital Indonesia. Dengan latar belakang pernah menjadi Menteri Perdagangan periode 2011–2014, pengusaha, *banker* hingga musisi, melalui kanal YouTube miliknya, ia mengembangkan program diskusi bernama "*Endgame*". Gita rutin menghadirkan pembahasan seputar isu-isu strategis, baik dalam lingkup nasional maupun global. Konten-konten yang dihadirkan umumnya menggali berbagai isu kompleks seperti ekonomi, politik, pendidikan dan teknologi serta berbagai isu strategis lainnya yang dibahas bersama narasumber dari berbagai latar belakang, mulai dari akademisi, praktisi, pelaku bisnis, hingga tokoh masyarakat. Selain Gita Wirjawan ada juga tokoh yang melakukan diskusi melalui YouTube *podcast*, seperti Akbar Faizal melalui kontennya "AF Uncensored" dan Pandji Pragiwaksono "SKAKMAT" yang masing-masing memiliki cara berbeda dalam menyajikan konten.

"AF *Uncensored*" milik Akbar Faizal lebih berfokus pada isu-isu kontroversial secara langsung dan tanpa filter. Gaya ini memang provokatif,

tetapi kurang menekankan kedalaman analisis yang dapat membantu audiens berpikir kritis, karena cenderung lebih berat ke salah satu pihak. Di sisi lain, Program “SKAKMAT” Pandji Pragiwaksono memadukan humor dengan topik-topik serius, membuatnya lebih menyenangkan namun terkadang kurang menggugah pikiran. Meskipun dalam segi jumlah pelanggan Gita Wirjawan lebih sedikit dari pada Akbar Faizal yang memiliki 1.64 Juta pelanggan dan Pandji Pragiwaksono memiliki 1.55 Juta pelanggan tetapi dengan pendekatan yang lebih terstruktur dan analitis, *Endgame* menjadi pilihan utama untuk studi ini, terutama episode bersama dr. Tirta Mandira Hudhi, yang mampu mendorong penonton untuk berpikir kritis tentang isu-isu kesehatan yang relevan. Penting untuk dicatat bahwa *Podcast Endgame* tidak hanya menarik perhatian karena topik-topiknya yang mendalam dan beragam, tetapi juga karena kualitas penyajian kepada audiens yang baik. Hal ini terbukti dari *rating* yang sangat memuaskan, berdasarkan Podnews.net *Podcast Endgame with Gita Wirjawan* mendapatkan 5.0 bintang dari 1.889 penilaian.

Gambar 1.2
Profil YouTube Gita Wirjawan



Sumber: <https://www.YouTube.com/@gwirjawan>

Berdasarkan statistik dari YouTube, Program “*Endgame*” yang dikelola oleh Gita Wirjawan berhasil meraih lebih dari 1 (satu) juta pelanggan dan mencatatkan lebih dari 150 (seratus lima puluh) juta kali penayangan hingga April 2025. Capaian ini tentunya mencerminkan besarnya antusiasme masyarakat terhadap konten yang disuguhkan. Fenomena ini menjadi relevan untuk ditelusuri lebih lanjut, terutama dalam kaitannya dengan pengaruh konten program “*Endgame*” terhadap pembentukan sikap kritis penonton yang secara konsisten mengikuti tayangannya.

Salah satu episode yang menarik perhatian publik yaitu wawancara dengan dr. Tirta Mandira Hudhi, seorang dokter, pengusaha dan edukator publik yang dikenal karena kepemimpinannya di masa pandemi Covid-19, serta inisiatif bisnis sosialnya. Episode ini mencatatkan lebih dari 1 juta penonton di YouTube dalam waktu 48 jam pertama penayangannya. Jauh lebih tinggi dibandingkan episode lainnya yang menayangkan Chatib Basri (Menteri Keuangan RI ke-28) 635 ribu penonton dan Julio Friedmann (Ilmuwan Utama di Carbon Direct) dengan 27 ribu penonton. Jumlah penonton yang besar menunjukkan bahwa kontennya lebih menarik bagi khalayak yang lebih luas, sehingga membuka kemungkinan untuk mempelajari dampak konten tersebut terhadap kelompok masyarakat yang lebih besar dan beragam. Selain itu, topik-topik yang dibahas dalam episode ini mulai dari isu pendidikan, kesehatan, kesehatan mental yang

memicu diskusi intensif yang menuntut audiens untuk berpikir kritis terhadap informasi yang disajikan.

Pemilihan episode “*Endgame*” bersama dr. Tirta Mandira Hudhi memiliki dasar pertimbangan yang solid baik dari aspek akademis maupun praktis. dr. Tirta merepresentasikan fenomena menarik dalam dunia kedokteran modern. Seorang dokter yang berhasil memanfaatkan platform digital untuk mengedukasi masyarakat tentang kesehatan, dengan basis pengikut yang mencapai jutaan di berbagai media sosial. Kredibilitas dr. Tirta dibangun melalui konsistensinya dalam menyampaikan informasi kesehatan yang akurat dan berbasis bukti ilmiah, namun dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat awam. Kemampuannya menerjemahkan konsep-konsep medis yang rumit menjadi penjelasan yang sederhana, tanpa mengurangi esensi ilmiahnya, menunjukkan kualitas komunikasi dan kemampuan berpikir kritis yang tinggi.

Yang membuat dr. Tirta menarik adalah keberaniannya menyuarakan pandangan berdasarkan fakta ilmiah, bahkan ketika pandangan tersebut kontroversial, terutama pada isu-isu kesehatan publik yang sering terpolitisasi. Sikap ini menjadikannya narasumber yang ideal untuk mengeksplorasi bagaimana kemampuan berpikir kritis dapat dikomunikasikan melalui media *podcast*. Kombinasi antara keahlian medis, kemampuan komunikasi yang baik, dan pengalaman sebagai *content creator* menjadikan dr. Tirta sebagai contoh profesional masa kini yang mampu menjembatani dunia akademis dengan komunikasi publik. Interaksi

antara gaya bertanya yang tajam dari Gita Wirjawan dengan respons analitis dr. Tirta diharapkan dapat menghasilkan diskusi yang mendalam dan merangsang kemampuan berpikir kritis pendengar.

Sikap kritis merupakan kemampuan kognitif yang penting di tengah derasnya arus informasi yang dipenuhi beragam narasi dan sudut pandang. Menurut Facione sikap kritis meliputi kemampuan untuk menganalisa, mengevaluasi, dan menyusun informasi secara logis dan objektif. Dalam konteks meluasnya disinformasi dan misinformasi saat ini, kemampuan ini menjadi bekal penting bagi masyarakat agar dapat memilah, memahami informasi secara tepat dan akurat (Paramitha *et al*, 2024).

Kemampuan berpikir kritis sendiri menjadi keterampilan penting di era digital saat ini. Kita harus mampu menilai seberapa terpercaya suatu sumber dan mengenali bias yang mungkin ada. Penelitian Nugraha *et al* (2019) menyebutkan bahwa literasi media digital dan informasi memiliki dampak positif terhadap kemampuan berpikir kritis. Penelitian yang dilakukan terhadap siswa SMP bahwa orang dengan literasi media dan informasi yang baik cenderung memiliki kemampuan berpikir kritis yang lebih tajam. Ini menunjukkan betapa pentingnya literasi media dalam mendukung kemampuan kita dalam mengevaluasi informasi secara kritis.

Dua penelitian sebelumnya mengkaji tentang hubungan paparan media dengan perkembangan kemampuan bersikap kritis. Marten & Hobbs (2015) mengungkapkan bahwa pengaruh konten media yang memuat diskusi mendalam dan pemikiran yang kritis memiliki kontribusi pada

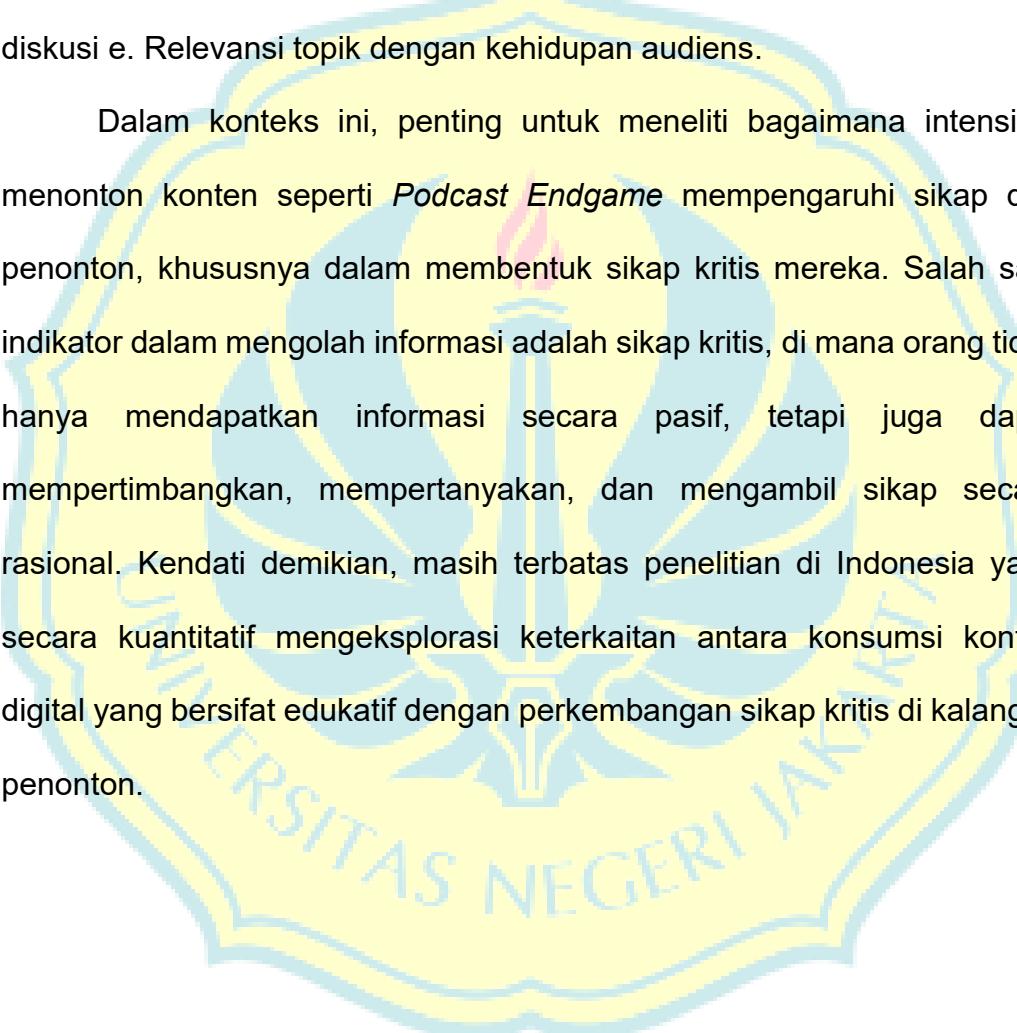
peningkatan literasi media dan kemampuan Analisa. Sementara itu, penilitian yang dilakukan oleh Buckingham (2019) menunjukan bahwa konten yang bersifat interaktif dan menyajikan diskusi secara mendalam mampu merangsang pemikiran kritis dari penonton, terutama jika disuguhkan secara konsisten dan berkesinambungan. Selanjutnya, penelitian dari Hayatd (2023) menunjukan bahwa konten yang menitikberatkan pada dialog dan diskusi yang bermuatan pokok bahasan yang mendalam cenderung lebih efektif dalam mendorong tumbuhnya kemampuan berpikir kritis, dibandingkan dengan konten yang sekedar hiburan.

Kemudian penelitian dari Fox *et al* (2020) mengemukakan bahwa *Podcast* berperan menciptakan diskusi yang mendalam dan memberikan pengetahuan tentang pengalaman dan budaya sehingga berpengaruh positif terhadap kesadaran kritis pendengar dan mendorong dialog serta diskusi lebih lanjut dikalangan pendengar. Lebih lanjut Permatasari *et al* (2024) meneliti tentang Kurikulum Tular Nalar untuk mendorong budaya Berpikir kritis di kalangan lansia, dimana para lansia diberikan pemahaman literasi digital sehingga mereka memiliki kemampuan mengidentifikasi dan menghindari ancaman kejahatan digital, sekaligus menciptakan budaya berpikir kritis yang esensial untuk keberlanjutan masyarakat di era digital yang terus berkembang

Studi terbaru yang dilakukan oleh Fatkhurrohim (2025) menyebutkan bahwa sekitar 69,4% variabilitas hasil belajar siswa dapat dipengaruhi oleh

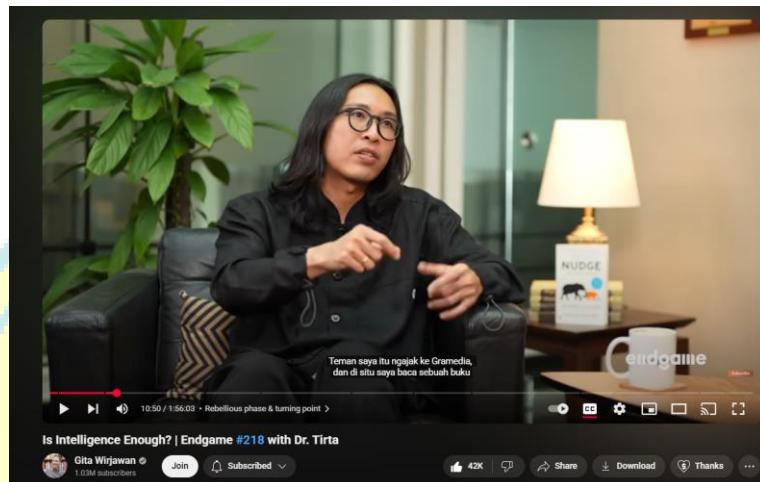
model investigasi kelompok yang dibantu dengan media *Podcast*. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas *Podcast* dalam membentuk sikap kritis audiens antara lain: a. Kredibilitas pembawa acara (*host*) b,Kedalaman pembahasan c. Kualitas narasumber d. Ineraktivitas format diskusi e. Relevansi topik dengan kehidupan audiens.

Dalam konteks ini, penting untuk meneliti bagaimana intensitas menonton konten seperti *Podcast Endgame* mempengaruhi sikap dari penonton, khususnya dalam membentuk sikap kritis mereka. Salah satu indikator dalam mengolah informasi adalah sikap kritis, di mana orang tidak hanya mendapatkan informasi secara pasif, tetapi juga dapat mempertimbangkan, mempertanyakan, dan mengambil sikap secara rasional. Kendati demikian, masih terbatas penelitian di Indonesia yang secara kuantitatif mengeksplorasi keterkaitan antara konsumsi konten digital yang bersifat edukatif dengan perkembangan sikap kritis di kalangan penonton.



Intelligentia - Dignitas

Gambar 1.3
Unggahan Podcast “Endgame” Gita Wirjawan bersama dr. Tirta Mandira Hudhi pada 17 April 2025



Sumber: <https://www.YouTube.com/watch?v=FZ8S9ug5DsQ&t=648s>

Episode Podcast “Endgame” bersama dr. Tirta Mandira Hudhi memenuhi kriteria tersebut, dengan Gita Wirjawan sebagai host yang kredibel dan dr. Tirta sebagai narasumber yang kompeten dalam bidangnya. Video ditayangkan sebanyak 1.2 juta kali dengan 42 ribu orang menyukai video tersebut. Adapun lebih dari 90% komentar tentang video tersebut bersifat positif, dengan banyak penonton yang memuji substansi diskusi dan relevansi topik yang dibahas. Tren konsumsi konten substantif seperti yang dibawakan oleh Gita Wirjawan juga mencerminkan adanya pergeseran preferensi sebagian masyarakat digital Indonesia yang mulai mencari alternatif dari konten-konten hiburan ringan yang dominan. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, tidak hanya dari perspektif media dan komunikasi, tetapi juga dari sudut pandang sosiologis dan

psikologis terkait perubahan pola konsumsi media dan implikasinya terhadap perkembangan wacana publik di Indonesia.

Dalam lingkup yang lebih luas, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada penelitian secara global mengenai peran media sosial dan platform digital dalam membentuk opini publik dan kualitas demokrasi. Di tengah kekhawatiran akan dampak negatif media sosial terhadap polarisasi politik dan penyebaran disinformasi, eksplorasi mengenai potensi konten digital yang substantif dalam mendorong sikap kritis menjadi narasi alternatif yang penting untuk dikembangkan.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam mengenai "Pengaruh Intensitas Menonton konten Gita Wirjawan terhadap sikap kritis audiens (Studi Kuantitatif pada Program *"Podcast Endgame"* bersama dr. Tirta Mandira Hudhi)". Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konsumsi konten digital yang substantif dan implikasinya terhadap pengembangan sikap kritis di kalangan masyarakat digital Indonesia. Lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi pengembangan strategi literasi media dan pendidikan kritis yang lebih efektif di era digital.

Intelligentia - Dignitas

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan secara komprehensif, rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain lain;

1. Bagaimana tingkat intensitas menonton konten *Podcast Endgame Gita Wirjawan* (episode 16 April 2025 bersama dr. Tirta Mandira Hudhi) pada audiens?
2. Bagaimana tingkat kemampuan berpikir kritis audiens yang menonton konten tersebut?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton konten Gita Wirjawan terhadap kemampuan berpikir kritis audiens?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian masalah yang sudah dipaparkan, Adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan kajian komunikasi massa, khususnya dalam konteks pengaruh menonton *podcast* terhadap kemampuan berpikir kritis audiens.
2. Memperkaya literatur tentang peran media baru dalam kemampuan berpikir kritis masyarakat di era digital.
3. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang komunikasi digital, psikologi media, dan studi audiens.

4. Mengembangkan kerangka teoretis baru dalam memahami hubungan antara intensitas konsumsi media dan pembentukan kemampuan berpikir kritis.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam kajian komunikasi massa dan media digital. Dengan memfokuskan perhatian pada hubungan antara intensitas menonton konten *podcast* dan kemampuan berpikir kritis audiens, penelitian ini membuka ruang pemahaman baru mengenai bagaimana media digital dapat memengaruhi cara berpikir masyarakat. Selain menambah referensi dalam literatur akademik terkait literasi media, pendekatan kuantitatif yang digunakan juga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji perilaku audiens dalam konteks media baru.
2. Manfaat Praktis pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada para pembuat konten, khususnya tim di balik program “*Podcast Endgame*”, tentang sejauh mana konten yang mereka sajikan berdampak terhadap cara berpikir audiensnya. Temuan ini bisa menjadi bahan evaluasi untuk menyusun strategi penyampaian pesan yang lebih efektif, khususnya dalam mendorong sikap kritis di tengah arus informasi digital yang sangat cepat. Lebih jauh, penelitian ini juga bisa memberikan manfaat bagi para pendidik,

aktivis literasi media, maupun lembaga yang bergerak di bidang pengembangan masyarakat, dalam merancang program yang mendorong konsumsi media yang lebih bijak dan reflektif.



Intelligentia - Dignitas