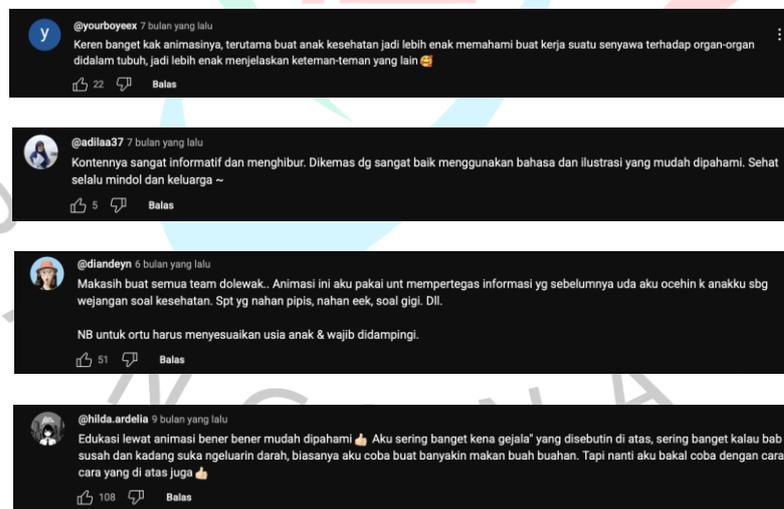


BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dolewak, sebuah *channel* YouTube edukasi berbasis animasi yang menyajikan konten seputar kesehatan organ tubuh. Dolewak dikenal dengan gaya penyampaian informasi yang ringan, padat, dan visual, sehingga mudah dipahami oleh berbagai kelompok usia. Dolewak telah memiliki lebih dari 1,28 juta pelanggan dengan total 376 video yang terdiri atas 191 video reguler dan 185 video Shorts, serta total tayangan mencapai 344 juta kali. Interaksi audiens juga sangat tinggi, dengan rata-rata *views* setiap video dari minimal 10 ribu hingga 2,5 juta *viewers*. Selain itu, komentar per video melebihi 40, bahkan beberapa video mendapat lebih dari 2.000 komentar. Tingginya keterlibatan ini mencerminkan partisipasi aktif audiens dalam memahami dan mendiskusikan konten yang disajikan (VidIQ, 2025).

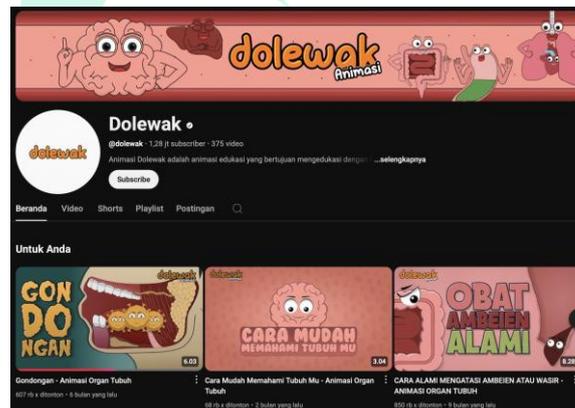


Gambar 1.1. Tangkapan layar contoh komentar di video Channel YouTube Dolewak (YouTube, Dolewak, 2025)

Tingginya interaksi audiens, seperti komentar yang melebihi 40 per video bahkan mencapai ribuan dalam beberapa video, menunjukkan bahwa Dolewak berhasil membangun keterlibatan dan minat audiens terhadap kontennya. Dalam konteks komunikasi digital, persepsi penonton terhadap konten edukatif sangat

dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, latar belakang sosial, serta kredibilitas penyaji. Syahputra dan Isnawati (2020) menyatakan bahwa pemahaman pesan, kepercayaan terhadap sumber, serta daya tarik visual menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap konten di YouTube.

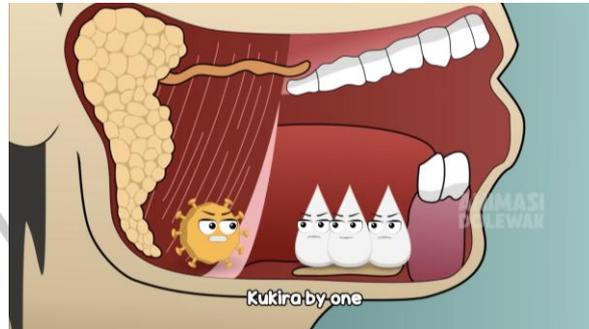
Namun demikian, dalam penelitian ini, fokus hanya diberikan pada konten video reguler, bukan *Shorts*. Hal ini dikarenakan sebagian besar konten yang ditayangkan melalui *Shorts* merupakan versi ringkas atau ulang unggah dari video reguler dalam format vertikal (*portrait*), yang juga dipublikasikan ulang di platform media sosial lain milik Dolewak seperti Instagram dan TikTok. Dengan demikian, video reguler lebih relevan untuk dianalisis dalam konteks keterlibatan penonton secara mendalam terhadap narasi edukatif yang disampaikan.



Gambar 1.2. Tangkapan layar channel YouTube Dolewak (YouTube Dolewak, 2025)

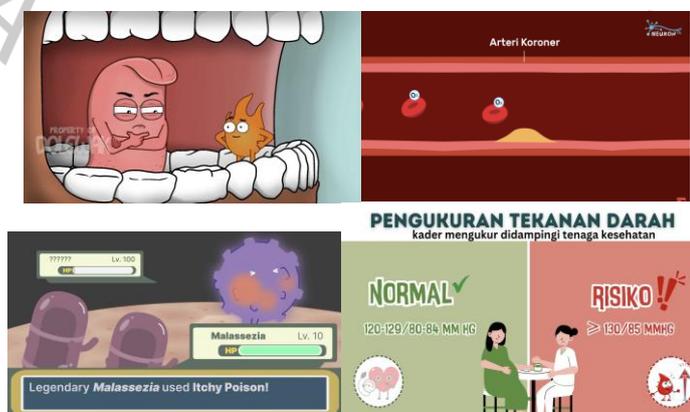
Melalui pendekatan media edukasi kesehatan berbasis video animasi dua dimensi (2D), Dolewak menyajikan informasi kompleks seperti anatomi tubuh secara visual dan naratif. Menurut Dale dalam (Laiskodat, 2020), media audio visual seperti video terbukti lebih efektif dalam menyampaikan informasi ketimbang media tekstual karena mampu melibatkan indera penglihatan dan pendengaran sekaligus. Oleh karena itu, video edukatif yang dikemas secara visual seperti animasi, dinilai efektif dalam meningkatkan retensi informasi. Dari perspektif audiens, konten edukasi seperti yang disajikan oleh Dolewak membentuk persepsi penonton YouTube berdasarkan pengalaman personal, latar belakang, dan nilai-nilai sosial mereka (Walgito, 2019). Persepsi terhadap konten YouTube sangat dipengaruhi oleh kejelasan pesan, gaya penyampaian, kredibilitas

sumber, dan visualisasi. Ketika semua elemen ini terpenuhi, maka penonton akan merasa lebih yakin dan termotivasi untuk menerapkan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 1.3. Contoh Animasi Konten Edukasi Organ Tubuh oleh channel YouTube Dolewak (YouTube Dolewak, 2025)

Dolewak dipilih dalam penelitian ini karena memiliki karakteristik unggul dibanding *channel* edukasi sejenis, yaitu konsistensi topik tentang anatomi tubuh, penyajian visual yang kuat, dan jangkauan lintas usia. Selain itu keunikan Dolewak terletak pada asal muasal *channel* ini yang dimulai dari YouTube sebelum kemudian berekspansi ke Instagram dan TikTok. Artinya, YouTube merupakan media utama sekaligus pusat distribusi kontennya. Hal ini penting karena menunjukkan bahwa *channel* ini memang dibangun secara serius dengan tujuan edukatif melalui media audiovisual sejak awal, bukan sekadar konten adaptif antar platform. Dengan begitu, Dolewak menjadi representasi nyata dari upaya edukasi kesehatan berbasis visual di era digital.



Gambar 1.4. Contoh Konten Edukasi Organ Tubuh oleh channel YouTube Dolewak, Neuron, Kok Bisa?, Ayo Sehat Kementerian Kesehatan RI (YouTube Dolewak, 2025)

Di sisi lain, terdapat *channel* kompetitor seperti Neuron, Kok Bisa? dan Ayo Sehat (Kementerian Kesehatan RI) yang juga menghadirkan konten edukatif. Namun, Dolewak memiliki beberapa keunggulan. Pertama, jumlah subscriber-nya paling tinggi dibandingkan dengan *channel* edukasi serupa yang membahas topik kesehatan organ tubuh. Kedua, fokus kontennya lebih spesifik pada topik anatomi dan fungsi tubuh, tidak seumum Kok Bisa? yang mencakup berbagai topik sains. Ketiga, Dolewak menggunakan pendekatan animasi dua dimensi yang ringan dan familiar, yang terbukti lebih efektif untuk penyampaian informasi kompleks secara visual (Limbong et al., 2020).

Selain itu, pendekatan visual yang digunakan Dolewak juga menjadi nilai lebih dibandingkan kompetitornya. Misalnya, Kok Bisa? cenderung menggunakan kombinasi footage, infografik statis, dan ilustrasi semi-animasi yang lebih padat informasi, namun tidak selalu mudah dicerna oleh audiens anak-anak atau usia dini. Sementara itu, Ayo Sehat dari Kementerian Kesehatan RI mengutamakan format dokumenter atau monolog formal yang cenderung terasa kaku dan kurang menarik secara visual bagi kalangan muda.

Sebaliknya, animasi dua dimensi yang digunakan Dolewak memanfaatkan karakter lucu dan warna-warna cerah dengan gaya visual kartun yang sederhana namun komunikatif, sehingga lebih mudah menarik perhatian dan membangun keterlibatan emosional penonton. Menurut penelitian Kurniawan et al. (2020), animasi 2D efektif meningkatkan pemahaman konsep karena mampu menyederhanakan informasi yang abstrak menjadi visual yang konkret, terutama dalam konteks edukasi kesehatan anak dan remaja. Penelitian lain oleh Julian (2021) juga menunjukkan bahwa animasi 2D dengan narasi santai mampu meningkatkan retensi informasi dan daya tarik konten edukasi kesehatan jika dibandingkan dengan presentasi verbal biasa atau visual statis. Dengan demikian, kekuatan utama Dolewak tidak hanya terletak pada kuantitas audiens dan konsistensi tema, tetapi juga pada kemampuan animasinya dalam mengemas informasi medis kompleks menjadi tayangan yang mudah dipahami dan menyenangkan lintas usia.

Tabel 1.1. Peringkat *Channel* Edukasi Kesehatan

No.	Nama Channel	Jenis Konten Edukasi Kesehatan	Jumlah <i>Subscriber</i>
1.	Dolewak	Konten Organ Tubuh	1.390.000
2.	Neuron	Konten Organ Tubuh	1.270.000
3.	Kok Bisa?	Konten Sains & Teknologi, Konten Sejarah & Sosial, Konten Kesehatan & Biologi, Konten Ekonomi & Politik, dll	5.840.000
4.	Ayo Sehat (Kementerian Kesehatan RI)	Konten Edukasi Penyakit	127.000

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Pemilihan *subscriber* Dolewak sebagai informan dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa alasan. Pertama, *subscriber* dianggap sebagai audiens yang memiliki minat dan keterlibatan aktif terhadap *channel* tersebut, ditunjukkan dari tindakan berlangganan serta partisipasi melalui komentar dan interaksi. Kedua, *subscriber* mewakili pengguna yang telah mengakses konten lebih dari satu kali, sehingga persepsinya dapat mencerminkan pengalaman menonton yang lebih dalam dan berkelanjutan. Ketiga, *subscriber* berasal dari berbagai rentang usia, memungkinkan penelitian ini melihat variasi pemahaman dan preferensi antar generasi terhadap media edukasi kesehatan. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena belum banyak penelitian yang secara khusus menyoroti bagaimana persepsi masyarakat lintas usia terhadap konten edukatif yang disampaikan secara visual oleh *channel* seperti Dolewak. Persepsi penonton sangat penting karena berperan dalam menentukan sejauh mana konten tersebut dipahami, dipercaya, dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Syahputra dan Isnawati (2020), persepsi terhadap konten edukatif dipengaruhi oleh pemahaman pesan, kepercayaan terhadap sumber, serta daya tarik visual yang dimiliki.

Dalam konteks ini, teori *Uses and Gratifications* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974) menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan mereka, seperti kebutuhan informasi, identitas pribadi, interaksi sosial, dan hiburan. Maka dari itu, masyarakat cenderung memilih media yang menyajikan informasi kesehatan secara visual, ringan, dan sesuai dengan gaya konsumsi digital saat ini. Penelitian ini juga berangkat dari kesadaran akan pentingnya literasi digital kesehatan dalam masyarakat. Konsep ini merujuk pada kemampuan individu dalam mencari, menilai, dan menerapkan informasi kesehatan yang diperoleh secara daring untuk meningkatkan kualitas hidupnya (Norman &

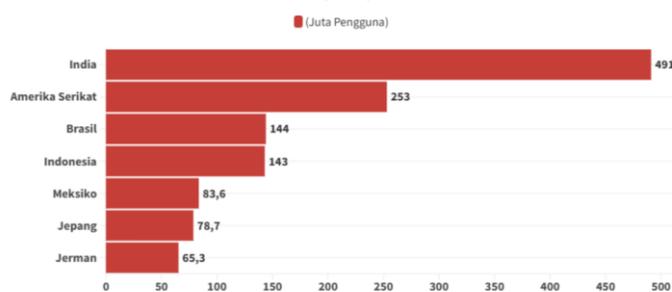
Skinner dalam Lestari & Permatasari, 2020). Dalam konteks ini, YouTube sebagai media digital membutuhkan penonton yang tidak hanya mampu mengakses informasi, tetapi juga mampu menyaring dan menilai validitas konten yang dikonsumsi.

Hal tersebut menjadi penting mengingat kesehatan merupakan kebutuhan dasar yang tidak tergantikan dalam kehidupan manusia. Tanpa kondisi kesehatan yang baik, seseorang tidak dapat menjalani hidup yang produktif dan sejahtera. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki pengetahuan yang cukup mengenai cara menjaga dan meningkatkan kesehatan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, edukasi kesehatan memiliki peran penting sebagai proses penyampaian informasi yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap kesehatan secara sadar dan bertanggung jawab. Menurut Nurfadhillah et al. (2021), edukasi kesehatan harus menggunakan media yang mampu menjangkau berbagai kalangan dan mudah dipahami, agar informasi yang disampaikan dapat diterima secara efektif dan memberikan dampak positif bagi kesadaran serta perilaku hidup sehat masyarakat. Namun, perlu dicermati bahwa tingkat literasi kesehatan di Indonesia masih menjadi tantangan besar. Laporan *Indonesia Health Literacy and Behavior Report* menunjukkan bahwa hanya sekitar 40% populasi dewasa Indonesia mampu memahami dan mengaplikasikan informasi kesehatan dengan benar dalam kehidupan sehari-hari (World Bank, 2021). Ketimpangan ini semakin terlihat jelas ketika dikaitkan dengan faktor usia, pendidikan, dan wilayah tempat tinggal (World Bank, 2021). Kondisi ini diperburuk oleh maraknya penyebaran informasi kesehatan yang tidak kredibel, terutama di media sosial. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia mencatat bahwa lebih dari 60% masyarakat Indonesia pernah menerima informasi kesehatan yang belum terverifikasi melalui media sosial, yang berpotensi menyesatkan dan berdampak negatif terhadap pengambilan keputusan terkait kesehatan diri maupun keluarga (Kementerian Kesehatan RI, 2020).

Di sisi lain, media sosial dan YouTube kini menjadi sumber utama masyarakat dalam memperoleh informasi. Menurut laporan *Digital 2025* oleh We Are Social dan Kepios, jumlah pengguna media sosial global mencapai 5,24 miliar pada Januari 2025, mengalami kenaikan sekitar 4% dibanding tahun sebelumnya.

Pengguna di Indonesia tercatat menghabiskan rata-rata 188 menit per hari di media sosial menempatkan Indonesia di posisi kesembilan dalam daftar negara dengan durasi penggunaan tertinggi di dunia. Angka ini bahkan melampaui rata-rata global yang hanya 141 menit per hari (We Are Social & Kepios, 2025). YouTube, sebagai salah satu platform berbagi video terbesar, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan baik secara global maupun di Indonesia. Pada awal tahun 2025, jumlah pengguna YouTube di dunia tercatat sebanyak 2,53 miliar, atau sekitar 30,9% dari total populasi global. Dari jumlah tersebut, Indonesia menyumbang 143 juta pengguna, menjadikannya salah satu negara dengan basis pengguna YouTube terbesar keempat di dunia, yakni sekitar 5,65% dari total global (We Are Social & Kepios, 2025). Selain dari segi jumlah pengguna, durasi penggunaan YouTube di Indonesia juga tergolong tinggi. Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 1.744 menit per bulan (setara 29 jam 4 menit) untuk mengakses YouTube, yang merupakan durasi tertinggi kesepuluh secara global. Sebagai perbandingan, rata-rata durasi global tercatat sebesar 1.630 menit per bulan atau sekitar 27 jam 10 menit. Data ini dihimpun khusus dari pengguna perangkat Android (We Are Social & Kepios, 2025).

7 Negara dengan Pengguna YouTube Terbesar (2025)



Gambar 1.5. Tabel peringkat Negara Dengan Pengguna YouTube Terbesar (We Are Social & Kepios, 2025)

YouTube menyediakan berbagai fitur yang mendukung penyebaran konten edukatif, termasuk video reguler dan YouTube Shorts. Video reguler memungkinkan penyajian materi secara mendalam dengan durasi yang lebih panjang, sedangkan YouTube *Shorts* adalah video vertikal berdurasi pendek yang dirancang untuk konsumsi cepat di perangkat *mobile*. Penelitian menunjukkan bahwa *Shorts* cenderung menghasilkan lebih banyak tayangan dan tanda suka

dibandingkan video reguler, meskipun video reguler mendapatkan lebih banyak komentar, yang mencerminkan keterlibatan yang lebih dalam dari penonton (Violot et al., 2024). Selain itu, YouTube terus mengembangkan fitur-fitur baru untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan kreator. Fitur-fitur terbaru termasuk *Thumbnail Test & Compare*, yang memungkinkan kreator menguji beberapa gambar mini untuk menentukan mana yang paling efektif dalam menarik perhatian penonton (The Daily Rind, 2025). Ada pula fitur *Vertical Live Streaming*, *Automatic Dubbing*, dan *AI-powered sticker generator*, yang semakin memperluas potensi kreatif dan jangkauan global para kreator (MusicRadar, 2025).

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti merujuk pada tiga penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar pijakan. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh, Syafira, Wulan, dan Ali (2024) mengkaji *channel* Umar & Hanna dari sudut pandang ibu muda di Samarinda. Penelitian ini menunjukkan bahwa animasi edukatif dapat menyampaikan nilai moral dan keagamaan secara efektif, namun fokusnya tidak diarahkan pada konten kesehatan.

Rujukan kedua berasal dari penelitian Rahmi, Nurcahyani, dan Susanti (2024) yang menganalisis persepsi mahasiswa terhadap *channel* Kinderflix, sebuah *channel* edukasi anak. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan hasil menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dan visual yang sesuai mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran. Namun, segmentasi penontonnya masih terbatas pada anak usia dini serta belum membahas konten edukasi kesehatan secara komprehensif, terutama dalam konteks usia remaja hingga dewasa.

Rujukan ketiga berasal dari penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2022), yang meneliti persepsi mahasiswa UIN terhadap *channel* Nopek Novian. *Channel* ini lebih berfokus pada konten hiburan dan inspirasi. Meskipun menggunakan teori *Uses and Gratifications*, fokus penelitian ini tidak secara spesifik mengkaji konten edukasi kesehatan. Oleh karena itu, relevansinya sebagai rujukan terletak pada penggunaan teori UGT yang juga diadopsi dalam penelitian ini, meskipun objek dan konteksnya berbeda.

Dari ketiga rujukan tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat celah penelitian dalam konteks pemanfaatan YouTube sebagai media edukasi kesehatan yang menyasar berbagai kelompok usia. Maka dari itu, penelitian ini hadir dengan

suatu kebaruan, yakni fokus terhadap persepsi masyarakat terhadap *channel* YouTube Dolewak sebagai media edukasi kesehatan organ tubuh yang belum banyak diteliti secara mendalam. *Channel* Dolewak dipilih karena secara konsisten menyajikan konten edukatif seputar kesehatan tubuh manusia dengan pendekatan yang informatif, visual, dan berbasis narasi ilmiah populer.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme serta metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada informan yang merupakan subscriber *channel* Dolewak dari berbagai rentang usia, yaitu 11–20 tahun, 21–30 tahun, 31–40 tahun, dan di atas 41 tahun. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana makna subjektif dibentuk oleh penonton berdasarkan pengalaman dan interaksi mereka dengan konten yang ditonton.

Penggunaan pendekatan kualitatif dinilai lebih tepat dibandingkan pendekatan kuantitatif karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggali persepsi secara mendalam, bukan mengukur hubungan atau besar pengaruh secara statistik. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Gabriella Faustine Olliem (2023) yang juga menggunakan pendekatan kualitatif dalam meneliti konstruksi makna khalayak terhadap konten kesehatan mental dalam kanal YouTube Kok Bisa?. Penelitian tersebut berhasil menggambarkan bagaimana audiens memaknai dan menilai konten secara subjektif berdasarkan pengalaman pribadi, bukan melalui angka atau survei skala besar.

Dengan demikian, pendekatan kualitatif dianggap paling sesuai untuk memahami kompleksitas pengalaman audiens, termasuk bagaimana mereka menafsirkan pesan, menilai keakuratan informasi, dan merasakan relevansi konten terhadap kehidupan mereka sehari-hari.

Kebaruan lain yang diusung oleh penelitian ini terletak pada pemanfaatan *channel* YouTube Dolewak sebagai objek utama kajian dalam konteks media edukasi kesehatan organ tubuh. Belum ada penelitian sebelumnya yang secara spesifik menyoroti bagaimana konten visual edukatif seperti yang disajikan oleh Dolewak membentuk persepsi penonton lintas usia. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya strategi komunikasi kesehatan yang lebih adaptif, visual, dan sesuai dengan karakteristik media digital masa kini. Oleh karena itu, penelitian ini tidak

hanya menawarkan pemahaman baru dalam bidang kajian komunikasi kesehatan digital, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan model komunikasi edukatif yang lebih efektif di era platform audiovisual seperti YouTube.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana *channel* YouTube Dolewak sebagai media edukasi Kesehatan dalam persepsi *subscriber* dari berbagai Kategori usia yang dibagi atas: 11-20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, \geq 41 tahun?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *channel* YouTube Dolewak sebagai media edukasi Kesehatan dalam persepsi *subscriber* dari Kategori usia yang dibagi atas: 11-20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, \geq 41 tahun

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian terkait studi media, terutama yang menggunakan konsep media YouTube sebagai sarana edukasi, YouTube sebagai pemenuhan kebutuhan literasi digital kesehatan, media edukasi kesehatan, media YouTube sebagai media edukasi kesehatan, konten edukasi kesehatan, video animasi organ tubuh, persepsi penonton YouTube.

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi media baru dan analisis isi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi yang tertarik meneliti

strategi pengemasan konten di media sosial, terutama dalam industri kecantikan dan perawatan rambut.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi masukan untuk pembuat konten kesehatan untuk meningkatkan kualitas informasi yang disajikan, dengan memperhatikan aspek akurasi, kemudahan pemahaman, serta keterlibatan audiens dalam diskusi dan klarifikasi informasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi masyarakat dalam menilai kredibilitas informasi kesehatan yang diperoleh dari YouTube, sehingga mereka dapat lebih kritis dalam menyaring informasi yang mereka konsumsi. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pihak berwenang, seperti Kementerian Kesehatan dan organisasi kesehatan lainnya, dalam merancang regulasi terkait penyebaran informasi kesehatan di media digital.

