

Fenomena Konten Challenge Viral di Youtube Pada Kalangan Mahasiswa KPI 5C: Studi Kasus Konten Challenge Pada Kanal Youtube @Mrbeast

Nabil Hayyan¹, Ismina Iffah², Akhmad Uli S.³, Daffa Atha F.N.⁴, Pia Khoirotun Nisa⁵

^{1,2,3,4,5} UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received November 27, 2024

Revised November 29, 2024

Accepted December 19, 2024

Available online 28 December, 2024

Kata Kunci:

Social learning theory, teori peniruan sosial, youtube, Mr. Beast, remaja, konten, viral.

Keywords:

Social learning theory, social imitation theory, youtube, Mr. Beast, teen, content, viral.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar terhadap cara manusia berinteraksi dan mengonsumsi informasi. Salah satu media yang memiliki pengaruh kuat dalam penyebaran informasi dan trend global adalah YouTube. YouTube tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai ruang bagi pengguna untuk belajar, berekspresi, dan berpartisipasi dalam fenomena sosial. Di kalangan remaja, YouTube telah menjadi salah satu platform utama untuk mengonsumsi konten populer, dengan tren yang sering kali diadopsi dan ditiru secara massal. Konten video tantangan (challenge) menjadi salah satu bentuk tren yang sering menyebar luas di kalangan pengguna, terutama melalui pengaruh para kreator konten terkenal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma interpretif. Paradigma interpretif adalah salah satu pendekatan metodologis dalam penelitian sosial yang menekankan pada pemahaman subjektif individu dan bagaimana mereka memberi makna pada pengalaman mereka dalam konteks sosial tertentu. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan hasil wawancara kami menunjukkan bahwa fenomena challenge viral di kalangan mahasiswa KPI 5C, yang terinspirasi oleh konten di channel YouTube Mr. Beast, menjadi contoh nyata dari Teori Peniruan Sosial

(Social Learning Theory). Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya meniru pola tantangan yang menyediakan hiburan dan hadiah besar tetapi juga mengadopsi kreativitas dan inovasi dalam pembuatan konten mereka sendiri.

ABSTRACT

The development of digital technology has had a major impact on the way humans interact and consume information. One of the media that has a strong influence in disseminating information and global trends is YouTube. YouTube not only functions as an entertainment platform, but also as a space for users to learn, express and participate in social phenomena. Among teenagers, YouTube has become one of the main platforms for consuming popular content, with trends often being adopted and imitated en masse. Challenge video content is a form of trend that often spreads widely among users, especially through the influence of well-known content creators. In this research, researchers used an interpretive paradigm. The interpretive paradigm is a methodological approach in social research that emphasizes the subjective understanding of individuals and how they give meaning to their experiences in a particular social context. Based on the results of research conducted and the results of our interviews, it shows that the challenge phenomenon is viral among KPI 5C students, which was inspired by content on the YouTube channel Mr. Beast, is a clear example of Social Imitation Theory (Social Learning Theory). In this context, students not only imitate the pattern of challenges that provide entertainment and great prizes but also adopt creativity and innovation in their own content creation.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar terhadap cara manusia berinteraksi dan mengonsumsi informasi. Salah satu media yang memiliki pengaruh kuat dalam penyebaran informasi dan trend global adalah YouTube. YouTube tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai ruang bagi pengguna untuk belajar, berekspresi, dan berpartisipasi dalam fenomena sosial. Di kalangan remaja, YouTube telah menjadi salah satu platform utama untuk mengonsumsi konten populer, dengan tren yang sering kali diadopsi dan ditiru secara massal. Konten video tantangan (*challenge*) menjadi salah satu bentuk tren yang sering menyebar luas di kalangan pengguna, terutama melalui pengaruh para kreator konten terkenal.

*Corresponding author

E-mail addresses: @iffahismina14@gmail.com, nabilhayyan39@gmail.com, ulisa436@gmail.com, dfn.atha05@gmail.com, pia.khoirotun@uinjkt.ac.id

Penyebaran konten secara viral dalam dunia digital awalnya merupakan fenomena baru yang mulai dikenal masyarakat, terutama setelah YouTube dan konten yang dibuat oleh pengguna menjadi sangat populer. Sejak saat itu, penyebaran viral ini berkembang pesat dalam hal penggunaan, jangkauan, dan dampak yang ditimbulkan.¹

Salah satu kreator yang memiliki dampak besar terhadap tren tantangan di YouTube adalah MrBeast. Konten MrBeast, yang terkenal karena tantangan besar-besaran dengan hadiah besar, mendorong partisipasi dari penontonnya dan sering kali menampilkan aksi-aksi ekstrem. Dengan lebih dari 300 juta pengikut, MrBeast menjadi salah satu figur yang mempengaruhi perilaku remaja melalui kontennya yang menciptakan tren tantangan viral.

Peniruan sosial menjelaskan bahwa individu cenderung meniru perilaku yang mereka lihat, terutama dari model yang mereka anggap memiliki status atau daya tarik yang tinggi. Dalam konteks ini, remaja yang melihat tantangan yang dilakukan oleh kreator terkenal seperti MrBeast cenderung terinspirasi dan meniru perilaku tersebut.

Fenomena challenge viral di YouTube tidak hanya menarik dari sudut pandang hiburan, tetapi juga menjadi cerminan dari dinamika sosial remaja masa kini. Tantangan yang dipopulerkan oleh Mr. Beast seringkali melakukan challenge ekstrim, dan hadiah besar yang menggugah motivasi penonton untuk berpartisipasi atau meniru tantangan serupa. Di sisi lain, pengaruh dari tantangan ini juga dapat menimbulkan dampak sosial yang perlu diperhatikan, terutama dalam hal bagaimana remaja memandang risiko terhadap challenge. Peniruan perilaku kompetisi guna mendapatkan hadiah besar ini memperlihatkan bagaimana YouTube berperan sebagai media yang memperkuat nilai-nilai tertentu di kalangan remaja.

Alasan penulis memilih fenomena tantangan viral dari MrBeast sebagai objek kajian adalah karena konten ini memberikan contoh yang jelas dan konkrit mengenai penerapan teori peniruan sosial di era digital. MrBeast sebagai sosok sentral dalam trend tantangan di YouTube memiliki daya tarik yang kuat di kalangan remaja, dan perilaku peniruan terhadap kontennya dapat menjadi studi menarik tentang bagaimana media sosial membentuk tindakan dan keputusan individu. Selain itu, fenomena tantangan viral juga relevan dengan dinamika perilaku remaja masa kini yang semakin dipengaruhi oleh konten media sosial. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan tentang dampak dari peniruan perilaku di media sosial dan bagaimana trend challenge tersebut membentuk perilaku.

METODE PENELITIAN

Paradigma

Paradigma menurut Harmon adalah cara mendasar untuk melakukan persepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas. Sedangkan Bogdan & Biklen menyatakan bahwa paradigma adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi, konsep, atau proposisi yang berhubungan secara logis, yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian. Sedangkan Baker mendefinisikan paradigma sebagai seperangkat aturan yang membangun atau mendefinisikan batas-batas; dan menjelaskan bagaimana sesuatu harus dilakukan dalam batas-batas itu agar berhasil.² Cohen & Manion membatasi paradigma sebagai tujuan atau motif filosofis pelaksanaan suatu penelitian. Berdasarkan definisi diatas, dapat kita tarik benang merahnya bahwa paradigma adalah suatu konsep, metode dan kaidah-kaidah aturan yang dijadikan suatu kerangka kerja pelaksanaan dalam sebuah penelitian.³

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma interpretif. Paradigma interpretif adalah salah satu pendekatan metodologis dalam penelitian sosial yang menekankan pada pemahaman subjektif individu dan bagaimana mereka memberi makna pada pengalaman mereka dalam konteks sosial tertentu.⁴ Berbeda dengan paradigma positivis yang berfokus pada fakta-fakta objektif dan generalisasi, paradigma interpretif lebih menekankan pada pemahaman yang mendalam tentang realitas sosial yang bersifat subjektif dan kontekstual. Paradigma ini berpandangan bahwa realitas tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan terbentuk melalui interaksi sosial dan pengalaman individu yang unik. Peneliti yang bekerja dengan paradigma ini bertujuan untuk memahami bagaimana individu atau kelompok memaknai dan menginterpretasikan dunia di sekitar mereka.

Salah satu prinsip dasar dalam paradigma interpretif adalah fokus pada makna yang dibangun oleh individu. Peneliti yang bekerja dengan paradigma ini percaya bahwa untuk memahami fenomena

¹ Yeo and Tien, *Model of Viral Propagation in Digital Contexts*. The Routledge Handbook of Digital Consumption HKBU Scholars : Hongkong Baptist University. 2022.

² Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

³ Mackenzie, N. & Knipe, S. 2006. "Research dilemmas: Paradigms, Methods and Methodology." *Issues In Education- al Research*, 16(2), 193-205. <http://www.iier.org.au/iier16/mackenzie.html> Diunduh pada 16 September 2006.

⁴ Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage Handbook of Qualitative Research (4th ed.)*. SAGE Publications.

sosial, kita harus melihat bagaimana individu atau kelompok sosial memberi makna pada pengalaman mereka. Sebagai contoh, dalam penelitian tentang pengalaman pasien di rumah sakit, peneliti interpretif akan lebih tertarik pada bagaimana pasien memberi makna pada pengalamannya tentang perawatan medis, interaksi dengan tenaga medis, dan suasana di rumah sakit, daripada hanya mengukur kualitas perawatan dengan menggunakan indikator objektif.

Sejalan dengan itu, paradigma interpretif juga menekankan pentingnya konteks sosial dalam membentuk makna. Setiap individu hidup dalam konteks sosial yang unik, yang mencakup norma, nilai, budaya, dan interaksi sosial yang mempengaruhi cara mereka memaknai pengalaman hidup mereka.⁵ Oleh karena itu, pemahaman tentang fenomena sosial tidak dapat dipisahkan dari pemahaman tentang konteks di mana individu tersebut berada. Hal ini memungkinkan penelitian interpretif untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam dan kaya tentang realitas sosial.

Pendekatan

Pendekatan penelitian merupakan hal yang sangat esensial sebelum seorang peneliti lebih jauh melaksanakan sebuah penelitian. Manfaat dari adanya pendekatan penelitian adalah ketika menjawab atau menentukan rumusan masalah, peneliti bisa terbantu/mempermudah. Dalam penelitian sosial, pendekatan penelitian mencakup tiga jenis, yaitu metode kualitatif, kuantitatif dan campuran atau gabungan, juga disebut sebagai metode campuran. Proses analisis data menggunakan salah satu dari tiga pendekatan tersebut dan dapat bersifat induktif, deduktif, atau kombinasi keduanya.

Pengertian pendekatan penelitian menurut para ahli sebagai berikut:

1. Deirdre D. Johnston and Scott W. Vanderstoe

Menurut Deirdre D. Johnston dan Scott W. Vanderstoep, pendekatan adalah desain prosedur dan rencana yang dimulai dari tahap hipotesis yang berlanjut pada penghimpunan data, analisis dan kesimpulan. Sejatinnya pendekatan penelitian telah diklasifikasikan menjadi dua yakni pendekatan analisis dan penghimpunan data.

Pendekatan data dapat diklasifikasikan menjadi dua yakni pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang menciptakan gambaran kejadian yang diteliti secara deskriptif dan naratif. Sementara pendekatan kuantitatif merupakan pengukuran secara numerik berdasarkan kejadian yang sedang diteliti.

2. Nazir

Sementara menurut Nazir, pendekatan penelitian adalah sebuah metode penelitian ilmiah boleh dikatakan suatu pengejaran terhadap kebenaran yang diatur oleh pertimbangan-pertimbangan logis.

3. Hamid Darmadi

Menurut Hamid Darmadi, pendekatan penelitian adalah metode atau cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu.

4. Arikunto

Menurut Arikunto, metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.

5. Sukandarrumidi

Sukandarrumidi menjelaskan pendekatan penelitian merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.

Penelitian pada makalah ini menggunakan metode kualitatif dengan proses analisis data menggunakan pendekatan induktif. Melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen, peneliti dapat menggali makna di balik perilaku individu dan kelompok.⁶

METODE

1. Subjek Penelitian

Tokoh yang dijadikan subjek penelitian di sini adalah Mr. Beast yang dimana ia ada seorang influencer atau youtuber yang sudah mendunia dengan namanya dan ia juga sudah memotivasi banyak youtuber di Dunia. Mr. Beast juga sering menciptakan challenge yang tidak biasa karena ia membuat challenge dengan imbalan uang yang sangat besar.

2. Objek Penelitian

Objek yang kita teliti kali ini adalah challenge dari youtube. Walaupun zaman sekarang sulit ataupun jarang adanya perkembangan challenge di youtube yang trending dan bisa dinikmati oleh khalayak. Maka dari itu kami mengambil challenge yang dimana itu memunculkan relevansi baru bahwa orang yang dapat mengikuti challenge bukan hanya dapat merasakan challengenya namun juga mendapatkan hadiah yang banyak dan itu bisa kita temukan di channel Mr. Beast.

⁵Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth Generation Evaluation*. SAGE Publications.

⁶Salma, Pendekatan Penelitian: Pengertian, Jenis, dan Contoh, (penerbitdeepublish.com, 2023).

3. Sumber Penelitian

Sumber Penelitian yang paling dominan di sini yaitu dari segi sekunder. Materi yang kita kaji terdapat 5 Jurnal dari tingkat nasional, 5 Jurnal tingkat Internasional, 5 Jurnal rekomendasi dari dosen pengampu mata kuliah ini, juga 5 buku terkait materi yang dikaji.

4. Teknik Pengumpulan Data

Kita hanya melakukan 2 teknik yaitu wawancara dengan pakar atau pengamat ataupun netizen dan observasi dengan menonton beberapa video subjek di platform youtube.

5. Analisis Data

Analisis yang digunakan di dalam pembuatan materi ini yaitu dengan metode kualitatif, yaitu dengan mengumpulkan beberapa sumber dan meneliti teori-teori yang berkaitan dengan materi yang akan dibahas.

6. Verifikasi Data

Teknik Triangulasi yang kita pakai dalam verifikasi data karena penelitian ini dengan mengumpulkan dari banyak sumber dan terjadi beberapa revisi agar konsistensi dan kompetensi data bisa terjamin dan relevan.

7. Jadwal Penelitian

- a. Tahap persiapan (perumusan masalah, kajian pustaka, dll.) dan Tahap pengumpulan data.
Tahap kedua ini dilakukan pada tanggal 27 September 2024 yaitu dengan melakukan rapat di dalam grup whatsapp hingga melakukan rapat meeting menggunakan *google meet*.
- b. Tahap analisis data
Tahap analisis data dilaksanakan pada tanggal 29 September 2024 dengan rapat menggunakan *google meet* lagi lalu disambung melalui grup whatsapp. Dilanjut perbaikan revisi pada tanggal 27 Oktober 2024.
- c. Tahap penulisan laporan
Tahap penulisan dilakukan pada tanggal 30 september hingga tanggal 1 oktober dengan menggunakan gdocs.
- d. Tahap publikasi atau diseminasi hasil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Landasan Teori

a. Teori Social Learning

Teori yang kami pakai yakni teori peniruan sosial atau "*Social Learning Theory*", merupakan suatu konsep yang menjelaskan bagaimana suatu individu atau suatu kelompok meniru perilaku, sikap, serta pola pikir dari orang lain terutama dalam konteks sosial dan budaya. Proses ini seringkali dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu lingkungan sekitar, hubungan sosial, norma yang berlaku, dan media (online atau massa). Menurut Pandangan Miller dan Dollard dalam konteks peniruan adalah perilaku meniru paling mungkin terjadi pada kondisi-kondisi sosial yang dimana memang dapat diprediksi tampaknya. Secara umum, kondisi hirarki atau tingkatan sehubungan dengan keterampilan dan status sosial tertentu. mereka juga mengatakan bahwa terdapat empat kelas orang yang ditiru oleh orang lain diantaranya adalah :

1. Atasan dalam tingkat usia
2. Atasan dalam status sosial
3. Atasan dalam sistem peringkat intelijen
4. Atasan yang unggul dalam bidang apapun

Learning Theory adalah studi tentang keadaan dimana respon dan stimulus isyarat menjadi terhubung. Setelah pembelajaran selesai, respon dan isyarat terikat bersama sedemikian rupa sehingga munculnya isyarat membangkitkan respon. Contohnya ketika seseorang hendak berhenti di lampu merah saat mengendarai mobil dan dia mengingat pembelajarannya agar berhenti ketika lampu lalu lintas berubah menjadi merah. Pola isyarat dalam kasus ini sederhana, terdiri dari lampu merah, persimpangan jalan, dan mungkin munculnya mobil lain yang bergerak menyeberang jalan raya. Responnya juga sangat mudah dimana satu kaki menginjak rem dan satu kakinya lagi menginjak kopling, dan mobil pun berhenti. Isyarat lampu merah dikaitkan dengan respons menginjak pedal. Semua orang ingat, bahwa respon ini tidak dipelajari dalam satu kali percobaan. Mobil harus dihentikan secara perlahan dan berhenti di persimpangan jalan. Jika Kesalahan terjadi, seperti menginjak rem terlalu keras dapat menghentikan mobil dengan keras. Kalau jarak ke persimpangan jalan juga tidak diukur dengan baik, dan mobil berhenti terlalu cepat, terkadang mobil lain tertabrak dalam prosesnya. Bagaimanapun, setelah serangkaian percobaan, hubungan antara isyarat lampu dan respons menginjak pedal terbentuk.⁷

⁷ N.E. Miller dan J. Dollard, *SOCIAL LEARNING AND IMITATION*, (The Taylor & Francis Group, 2007), hal. 20.

Latihan tidak selalu menghasilkan kesempurnaan. Hubungan antara isyarat dan respons hanya dapat diperkuat dalam kondisi tertentu. Pembelajar harus didorong untuk memberikan respons dan diberi penghargaan karena telah merespons saat isyarat itu ada. Hal ini dapat diungkapkan dengan cara yang sederhana dengan mengatakan bahwa untuk belajar, seseorang harus menginginkan sesuatu, memperhatikan sesuatu, melakukan sesuatu, dan mendapatkan sesuatu. Jika dinyatakan lebih tepat, faktor-faktor ini adalah dorongan, isyarat, respons, dan penghargaan. Elemen-elemen dalam proses pembelajaran ini telah dieksplorasi dengan cermat, dan kompleksitas lebih lanjut telah ditemukan. Teori pembelajaran telah menjadi kumpulan prinsip yang terjalin erat yang berguna dalam menggambarkan perilaku manusia.⁸

Imitasi adalah proses di mana tindakan yang "cocok", atau serupa, dibangkitkan dalam diri dua orang dan dihubungkan dengan isyarat yang sesuai. Hal ini hanya dapat terjadi dalam kondisi yang mendukung pembelajaran tindakan tersebut. Jika pencocokan, atau melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan orang lain, secara teratur diberi penghargaan, kecenderungan sekunder untuk mencocokkan dapat berkembang, dan proses imitasi menjadi dorongan turunan dari sifat meniru.⁹

Peniruan juga penting dalam menjaga keselarasan dan disiplin sosial. Individu harus dilatih, dalam banyak situasi, agar mereka merasa nyaman saat melakukan apa yang dilakukan orang lain dan merasa sengsara saat tidak melakukannya. Pola budaya suatu masyarakat telah dicapai melalui perilaku coba-coba selama beberapa generasi, dan pola tersebut merupakan cara hidup yang teruji yang telah lama membuktikan nilainya. Keselarasan yang diinginkan dengan pola sosial ini dicapai, sebagian, melalui teknik-teknik peniruan yang diperoleh individu selama tahun-tahun awal kehidupan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana perilaku meniru muncul.¹⁰

Terdapat dua jenis tindakan yang termasuk dalam imitasi secara umum, yaitu *Matched-Dependent Behaviour* dimana pemimpin dapat dan mampu membaca isyarat lingkungan yang relevan, akan tetapi tidak dengan pengikutnya. Pengikut disini harus bergantung kepada sinyal yang diberikan oleh pemimpinnya mengenai hal apa yang harus dilakukan, dimana, dan kapan. Pengikut tidak perlu sangat mengetahui tentang tindakan yang dilakukannya baik atau buruk.¹¹

Jenis kedua adalah *Copying*. Misalnya, setelah anak mempelajari dasar bahasa dari ucapannya, ia dapat menyalin kata baru apa pun dalam bahasa tersebut. Dengan menyalin, kata yang benar dapat diperoleh dengan cepat dan efisien. Tentu saja, penyalinan itu sendiri hanya dipelajari ketika kondisi imbalan yang tepat untuk mempelajarinya hadir.¹²

Neil Miller dan John Dollard dalam laporan hasil eksperimennya mengatakan bahwa peniruan (imitation) merupakan hasil proses pembelajaran yang ditiru dari orang lain. Proses belajar tersebut dinamakan "social learning" atau bisa disebut pembelajaran social. Perilaku peniruan manusia terjadi karena manusia merasa telah memperoleh tambahan ketika kita meniru orang lain, dan memperoleh hukuman ketika kita tidak menirunya.¹³

Pada tahun 1941. Neil Miller dan John Dollard dalam laporan hasil eksperimennya mengatakan bahwa peniruan (imitation) merupakan hasil proses pembelajaran yang ditiru dari orang lain. Proses belajar tersebut dinamakan social learning pembelajaran social. Perilaku peniruan manusia terjadi karena manusia merasa telah memperoleh tambahan ketika kita meniru orang lain, dan memperoleh hukuman ketika kita tidak menirunya. Menurut Bandura, sebagian besar tingkah laku manusia dipelajari melalui peniruan maupun penyajian. Contoh tingkah laku (modeling). Dalam hal ini orang tua dan guru memainkan peranan penting sebagai seorang model dan tokoh bagi anak-anak untuk menirukan tingkah laku membaca. Dua puluh tahun berikutnya, ' Albert Bandura dan Richard Walters (1959, 1963) telah melakukan eksperimen pada anak-anak yang juga berkaitan dengan peniruan. Hasil eksperimen mereka mendapati, bahwa peniruan dapat berlaku hanya melalui pengamatan terhadap perilaku model (orang yang ditiru) meskipun pengamatan itu tidak dilakukan terus menerus. Proses belajar semacam ini disebut "observational learning" atau pembelajaran melalui pengamatan. Bandura (1971). kemudian menyarankan agar teori pembelajaran sosial diperbaiki memandang teori pembelajaran sosial yang sebelumnya hanya mementingkan perilaku tanpa mempertimbangan aspek mental seseorang. Menurut Bandura perlakuan seseorang adalah hasil interaksi faktor dalam diri (kognitif) dan lingkungan. Pandangan ini menjelaskan. beliau telah mengemukakan teori pembelajaran peniruan. Dalam teori ini beliau telah menjalankan kajian bersama Walter (1963) terhadap perilaku anak-anak apabila mereka menonton orang dewasa memukul, mengetok dengan palu besi dan menumbuk sambil menjerit-jerit

⁸N.E. Miller dan J. Dollard, *SOCIAL LEARNING AND IMITATION*, (The Taylor & Francis Group, 2007), hal. 21.

⁹N.E. Miller dan J. Dollard, *SOCIAL LEARNING AND IMITATION*, (The Taylor & Francis Group, 2007), hal. 31.

¹⁰ N.E. Miller dan J. Dollard, *SOCIAL LEARNING AND IMITATION*, (The Taylor & Francis Group, 2007), hal. 31.

¹¹N.E. Miller dan J. Dollard, *SOCIAL LEARNING AND IMITATION*, (The Taylor & Francis Group, 2007), hal. 31.

¹²N.E. Miller dan J. Dollard, *SOCIAL LEARNING AND IMITATION*, (The Taylor & Francis Group, 2007), hal. 32.

¹³ P.K. Nisa, DKK, ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK, Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS), Vol.2, No.2 Juni 2024, Hal 19-32.

dalam video. Setelah menonton video anak-anak diarahkan bermain di kamar permainan dan terdapat patung seperti yang ditayangkan dalam video. Setelah anak-anak tersebut melihat patung tersebut, mereka meniru aksi-aksi yang dilakukan oleh orang yang mereka tonton dalam video.¹⁴

Kajian Teoritis

A. Viral

Viral adalah sebuah fenomena di mana semua daya tarik emosional dari keterlibatan pengguna yang relevansinya adalah sebuah konten yang heboh ataupun trending. Dalam konteks media sosial dan internet, merujuk pada konten yang menyebar dengan cepat dan luas di berbagai platform. Konten ini bisa berupa video, gambar, meme, artikel, atau lainnya yang menarik perhatian banyak orang sehingga dibagikan secara masif.

1. Statistik Penyebaran: Banyak studi menunjukkan bahwa konten video memiliki peluang 1200% lebih besar untuk dibagikan dibandingkan dengan konten berbasis teks.
2. Platform Media Sosial dalam penyebaran: jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh khalayak yaitu: Youtube, Tiktok, Instagram, dan X.

Contoh dari konten viral yang pernah terekspos adalah “boba stroberi” yang diviralkan dari akun atau channel tiktok Mursid dan juga “makan mie paqui pedas” dari akun youtube Tanboykun.

B. YouTube

YouTube didirikan pada tahun 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal: Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Platform ini awalnya dirancang sebagai situs berbagi video, namun dengan cepat tumbuh menjadi platform konten video terbesar di dunia, yang menarik berbagai jenis konten, dari vlog pribadi hingga video tutorial dan tantangan (challenge) viral. Pada tahun 2006, YouTube diakuisisi oleh Google, yang mempercepat pertumbuhan penggunaannya dengan teknologi pencarian dan monetisasi melalui iklan. Pada tahun 2017 terdapat lebih dari 65.000 video telah diunggah setiap hari ke Youtube.¹⁵

C. Challenge (Tantangan)

Menurut Rollings dan Ernest (2003) Tantangan mengacu pada kompetisi dan hambatan yang dihadapi dalam aktivitasnya. Tantangan dapat menginspirasi individu untuk memenangkan kompetisi dan menyelesaikan rintangan, untuk mencapai sebuah prestasi. Menurut Lauer (2001) Tingkat kesukaran yang sangat besar dapat membangkitkan tanggapan yang memadai, tetapi tantangan yang terlalu lemah dan terlalu keras, tidak mungkin untuk membangkitkan tanggapan memadai. Sedangkan menurut Chanel et al., (2008) tantangan yang berlebihan akan menyebabkan frustrasi pada pemain, sementara tantangan yang kurang akan menyebabkan kebosanan.

Viral challenge adalah tantangan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang dibagikan di media sosial untuk kemudian ditiru atau dicontoh oleh orang/kelompok lain. Biasanya viral challenge dilakukan seseorang dan kemudian menyatakan tantangan untuk teman lainnya. Tidak jarang pula, viral challenge dianggap mengikuti trend untuk mendapatkan respon “kekinian” dari teman-teman di media sosial. Hal ini membuktikan bahwa viral challenge mulai menjadi ajang eksistensi mengikuti hal-hal menantang yang dilakukan bersama. Keberadaan viral challenge akan berdampak positif apabila yang dijadikan tantangan adalah hal-hal yang bersifat positif seperti berbagi, olahraga serta sifat positif lainnya.¹⁶

Gambaran Umum

A. YouTube

YouTube adalah platform hosting video digital yang dimiliki oleh Google. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, membagikan, dan menonton video secara gratis. YouTube diciptakan pada tahun 2005 dan sejak itu menjadi platform video terbesar di dunia, dengan lebih dari dua miliar pengguna aktif bulanan. Koleksi videonya mencakup berbagai topik, termasuk hiburan, musik, pendidikan, dan penelitian.¹⁷

YouTube termasuk situs yang membagikan video secara daring dan termasuk yang terbesar di dunia yang orang yang memprakarsai adalah mantan pegawai Paypal pada tahun 2005 dengan tujuan agar pengguna media sosial dapat melakukan tindakan upload pada video yang dia inginkan.

¹⁴Rizma Fithri, *PSIKOLOGI BELAJAR*, (Surabaya, 2014).

¹⁵Helena Anggidesialamia, “Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi Youtube”, *Jurnal Comm-Edu*, 2(2020), 77

¹⁶Elfitri dan Rosini. “PERILAKU INFORMASI REMAJA TERHADAP VIRAL CHALLENGE DI MEDIA SOSIAL”, *Bibliotech : Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 3 (1) 2018.

¹⁷Miriam Martinez and Miguel. *KIDFLUENCERS: AN ANALYSIS OF THE COMMUNICATION STRATEGIES OF CHILD INFLUENCERS On YouTube and TikTok and their Impact on Children's Audience*. Villanueva University Spain, Visual Review vol. 16 no. 5, 2024.

Pembentukannya dilakukan sejak tanggal 14 Februari pada tahun 2005 dengan posisi awal situs dipegang dengan independen yang pemiliknya adalah 3 orang yang bernama Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, sebelum pada akhirnya situs yang mereka buat dibeli oleh Google pada tahun 2006.

Situs yang dibuat memberi kebebasan terhadap pemilik akun untuk secara bebas melakukan unggah video baik berbentuk klip TV musik atau blogging yang menggunakan teknologi Adobe Flash Video dan HTML. Dalam penggunaannya situs tidak hanya dipakai oleh masyarakat biasa akan tetapi oleh corporate seperti Vevo, BBC, hulu dan jenis organisasi lainnya. Aplikasi youtube.com aktif pertama kali pada tanggal 14 Februari pada tahun 2005 dengan dalam waktu yang singkat dapat berkembang secara pesat. Sebelum diresmikan pada bulan Mei dilakukan preview situs terhadap publik yaitu setengah tahun sebelum diumumkan secara resmi.

Pembelian YouTube dilakukan oleh Google pada bulan November di tahun 2006 yang dihargai dengan nominal \$1,6 miliar. Oleh sebab itu hingga kini youtube termasuk anak perusahaan dari Google. Sebagai sebuah aplikasi secara umum YouTube memperoleh kritikan yang cukup banyak terkait isi yang berkenaan dengan hak cipta seseorang untuk itu YouTube terus melakukan upaya untuk memperbaiki kebijakannya sehingga penyelewengan hak cipta akan dapat diminimalisir. Salah satu bentuk kebijakan yang dibuat oleh YouTube terkait dengan pembaruan sistem agar penggunaannya dapat memperoleh uang dari hasil video yang diupload adalah dengan membuat sistem minimal 1000 pengguna yang melakukan langganan dan 4000 jam penayangan bagi pengguna baru. Konten yang dibuat dituntut sebagai konten yang asli karena syarat untuk mendapat monetisasi adalah 1000 pelanggan dengan 4000 jam penayangan pada kanal YouTube. Bagi yang telah memenuhi syarat akan dilakukan peninjauan kembali oleh pihak YouTube terkait video yang diupload dan jika diketahui bahwa karya tersebut adalah asli dari pemilik kanal maka mereka akan diundang untuk bergabung pada program YouTube AdSense.

Ditinjau dari segi kelahirannya apabila video tersebut masih dianggap berlayar maka akan diberikan kompensasi waktu bulan untuk melakukan perbaikan terhadap konten yang dibuat kemudian dapat melakukan pengajuan ulang untuk memperoleh YouTube AdSense.

Permulaan dari YouTube adalah sebuah perusahaan teknologi yang Penanganannya berjumlah \$11,5 juta hasil investasi dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Letak Kantor pertama YouTube di atas sebuah pizzeria dan restoran Jepang di San Mateo, California. Nama situs www.youtube.com mulai aktif di 14 Februari tahun 2005 dan setelah beberapa bulan mengalami perkembangan. Judul video pertama yang diupload pada YouTube adalah Me at the zoo. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di San Diego Zoo. Pengunggahan video dilakukan pada 23 April tahun 2005 dan hingga kini masih dapat ditemukan pada situs YouTube. Sebelum 6 bulan diresmikan YouTube dilakukan pengujian beta pada bulan Mei 2005 dan pertumbuhan pada YouTube yang dikategorikan sebagai pertumbuhan yang melesat adalah pada bulan Juli di tahun 2006.

Pengumuman disampaikan bahwa terdapat lebih dari 60.000 video yang terupload pada setiap hari dan kunjungan yang dilakukan pada situs dalam satu hari dapat lebih dari 100 juta pengunjung. Kebanyakan isi pada YouTube pengunggahnya adalah individualis namun ada juga perusahaan yang melakukannya seperti BBC atau Hulu yang materi mereka mereka unggah pada program kemitraan YouTube, dan yang lebih unik lagi dalam YouTube bagi mereka yang tidak mendaftar sebagai pengguna tetap dapat menonton video yang diupload pada situs tersebut. Pada November 2011, jejaring sosial Google+ terhubung langsung dengan YouTube dan penjelajah web Chrome, sehingga video video YouTube dapat dilihat di Google+. Bulan Desember 2011, YouTube mengeluarkan antarmuka baru. Kanal video dimunculkan pada kolom tengah halaman utama, menyerupai situs pada jejaring sosial. Dalam waktu yang sama logo dari YouTube diberikan bayangan merah dengan warna merah yang lebih gelap dan hal tersebut merupakan perubahan desain yang dilakukan pertama kali sejak bulan Oktober di tahun 2006.¹⁸



Gambar 1. logo platform YouTube

¹⁸Waldan Warid dkk. "Penelitian Tentang YouTube". Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi.

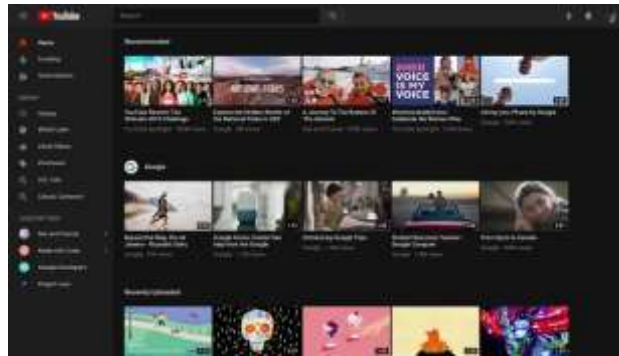


Foto tampilan di dalam platform YouTube

B. Mr.Beast

MrBeast, memiliki nama asli Jimmy Donaldson adalah seorang kreator konten YouTube terkenal asal Amerika Serikat yang lahir pada 7 Mei 1998. Dia dikenal karena video-video viralnya yang berfokus pada tantangan ekstrim, donasi amal besar-besaran, dan produksi video yang inovatif dan mahal. Kontennya seringkali melibatkan hadiah uang tunai dalam jumlah besar, baik kepada teman-teman, subscriber, atau bahkan orang asing, yang menjadikan MrBeast sebagai salah satu YouTuber paling populer dan berpengaruh di dunia.

MrBeast memulai karier YouTube-nya pada tahun 2012, saat dia baru berusia 13 tahun, dengan konten gaming dan Let's Play. Pada tahun 2015 dan 2016, Jimmy mulai mendapatkan popularitas di platform karena "Seri Intro Terburuk" -nya, di mana dia mengulas dan mengolok-olok pengenalan YouTuber yang dia temukan di situs tersebut. Namun, dia mulai mendapatkan Pada bulan Januari 2017, Donaldson mengunggah video yang menunjukkan dirinya menghitung sampai 100.000 yang membawanya 44 jam dan itu menjadi viral. Dia belajar bagaimana menyenangkan algoritma rekomendasi YouTube dan dengan cepat mengumpulkan lebih banyak penayangan dengan aksi serupa, seperti mengucapkan "Logan Paul" 100.000 Kali atau memutar fidget spinner selama 24 jam. Pada akhir tahun 2017, MrBeast mencapai 1 juta pelanggan. Begitu dia menemukan saus rahasia untuk video viral, dia mulai secara rutin membuat video menarik perhatian tantangan yang melibatkan sejumlah besar uang serta aksi donasi dan amal.¹⁹

YouTuber Amerika berusia 23 tahun itu terkenal karena membuat video yang menarik perhatian dan menyumbangkan jutaan dolar kepada badan amal dan orang asing. Hingga hari ini, saluran YouTube utamanya "MrBeast" memiliki lebih dari 90 juta pelanggan tempat ke-8 di dunia berdasarkan jumlah pelanggan. Selama 10 tahun terakhir salurannya terakumulasi hampir 15 miliar penayangan dari hanya 719 unggahan yang menghasilkan rata-rata penayangan lebih dari 20 juta per video.



Foto Jimmy Donaldson.

Sumber : <https://images.app.goo.gl/BaKTo2d768uu04Y28>

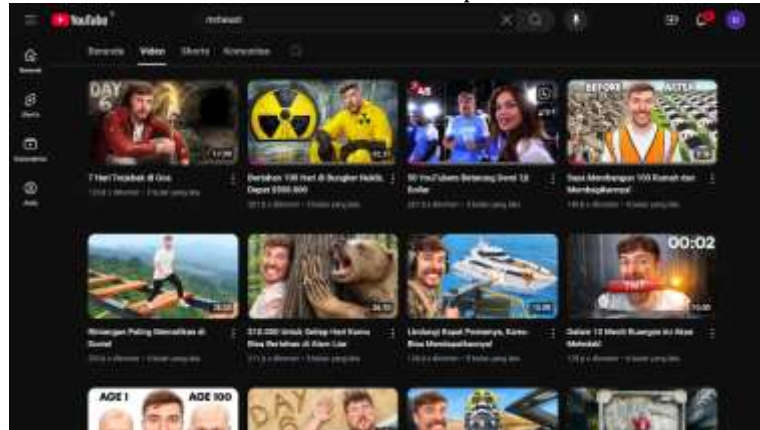
Temuan Data Rumusan Masalah Fenomena Challenge Viral di Kalangan Mahasiswa KPI 5C Melalui Youtube

Berdasarkan pandangan dari empat narasumber yang telah kami wawancara, Alasan challenge ini bisa viral di kalangan masyarakat luas khususnya pada mahasiswa KPI 5C karena challenge ini dinilai sebagai sesuatu yang seru dan menarik perhatian seperti di channel Youtube Mr.Beast. Masyarakat sangat tergiur dengan keseruan dan hadiah pada challenge yang diselenggarakan oleh Mr.Beast. Pada kalangan mahasiswa, tantangan ini menginspirasi pembuatan challenge versi mereka sendiri sebagai bentuk

¹⁹University of Bath, Department of Mechanical Engineering, ME30403 Business Case Study (Bath: University of Bath).

adaptasi dan eksperimen dengan tren populer. Melalui tantangan ini, mahasiswa KPI 5C tidak hanya melatih keterampilan dalam pembuatan konten tetapi juga memahami cara menarik perhatian audiens melalui konten yang inovatif dan menantang.

Gambar 3. channel Mr.Beast di platform YouTube



Jadi pada intinya fenomena challenge viral di channel YouTube Mr. Beast menjadi populer karena sifatnya yang unik, menantang, menghibur, dan sering melibatkan hadiah besar menarik perhatian kami karena memberikan hiburan yang berbeda atau *out of the box* dari konten YouTube pada umumnya.

Temuan Data Faktor yang Membentuk Fenomena Challenge Viral di Kalangan Mahasiswa KPI 5C

Berdasarkan dari wawancara kami bersama empat narasumber, kami telah mengumpulkan catatan tentang faktor yang membentuk fenomena challenge viral ini. Lima faktor utama yang membuat challenge viral ini populer antara lain yaitu,

1. Pertama, influencer dan media sosial, Mr. Beast dan channel YouTube-nya menjadi inspirasi untuk khalayak umum termasuk pada mahasiswa. Mereka kagum dengan tantangan besar yang Mr. Beast buat dan bagaimana caranya Mr. Beast bisa menarik perhatian penonton.
2. Kedua, eksplorasi tren konten. Fenomena challenge ini membuat mahasiswa KPI 5C dapat belajar langsung tentang tren konten yang disukai penonton YouTube, seperti halnya bagaimana struktur videonya, teknik editing yang digunakan, dan cerita yang menarik.
3. Ketiga, ada aspek kompetitif dan hadiah. Tantangan yang ada hadiahnya, meskipun kecil, membuat semangat mahasiswa ikut dan menambah keseruan bagi para penonton.
4. Keempat, peningkatan eksposur dan popularitas. Mahasiswa yang mengikuti challenge ini melihat kesempatan untuk dikenal lebih luas di YouTube, yang pastinya membantu *personal branding* dan jaringan profesional mereka.
5. Kelima, pembelajaran praktis dalam produksi media. Tantangan ini menjadi ajang mahasiswa untuk praktik langsung materi kuliah mereka, mulai dari editing, produksi video, sampai komunikasi massa, yang penting untuk dunia penyiaran dan media digital.

Secara keseluruhan, fenomena challenge viral Mr. Beast dipengaruhi oleh kombinasi antara pengaruh pribadi Mr. Beast, daya tarik psikologis dari hadiah dan kompetisi, serta dukungan media sosial yang membuat kontennya tersebar luas.

Fenomena Konten Challenge Viral di YouTube pada Kalangan Mahasiswa KPI 5C : Studi Kasus Konten Challenge pada Kanal Youtube @MrBeast

Fenomena yang terjadi di era saat ini yaitu di mana orang-orang khususnya Gen-Z memiliki keinginan untuk berprofesi sebagai konten kreator atau menjadi seorang *influencer* ketimbang memilih profesi lainnya. Mereka berlomba dengan berpikiran untuk mendapatkan *viewers* dan *followers* dalam jumlah yang banyak karena sebuah *famous* atau kepopuleran seseorang membuatnya memiliki sebuah *power* di dalam publik, dalam berlomba untuk menggaet pengikut dan penonton yang banyak mereka akan melakukan segala cara supaya penonton merasa tertarik untuk melihatnya terus-menerus secara berulang-ulang.

Fenomena ini menjadikan sebuah khalayak memiliki dampak sosial dalam meniru orang-orang yang terkenal tersebut dari sebuah kontennya. Teori Peniruan Sosial (*Social Learning Theory*) dalam era media sosial ini menjelaskan bahwa konten yang mendapatkan viralitas akan menjadikannya sebuah acuan publik dalam menirunya. Sebuah *challenge* memiliki dampak sosial yang besar dalam peniruannya karena sebuah hashtag di dalam sebuah media sosial khususnya Youtube menandakan adanya sebuah kegiatan yang menjadikannya kelompok tertentu dalam sebuah ranah dunia maya, sebuah challenge memiliki dampak besar dalam menarik jumlah para *viewers* untuk menonton video yang dibikin

seseorang, karena adanya sebuah hastag di dalamnya dapat membuat video orang itu muncul di beranda orang lain atau *For Your Page*. Seorang sosok Mr.Beast merupakan sebuah *influencer* dan konten kreator yang *title*-nya mungkin sudah mendunia karena akan kontennya yang mempunyai banyak *challenge* yang mayoritas orang tiru, contohnya seorang konten kreator Indonesia yaitu Willie Salim yang memiliki keinginan untuk menyaingi pengikut dari seorang Mr. Beast dan kontennya selalu berbau uang karena pada konsepnya Mr. Beast selalu memberi uang kepada orang yang mau mengikuti *challenge*-nya.

1. *Imitation and modelling*

Konten Mr. Beast memiliki sebuah ketertarikan khusus untuk kita tiru, seperti halnya banyak dari para konten kreator yang membuat sebuah *challenge* kepada orang lain yang ditemuinya secara acak/*random* di setiap kontennya. Sebuah contoh dari beberapa konten kreator seperti @Ivanlafofficial dan @Iben_ma mereka mengadopsi konten tantangan agar terlihat sangat menarik. Karena menurut kami sebagai pemakalah beranggapan bahwasanya dari setiap orang mereka menginginkan hadiah yang layak jika diberi tantangan, bahkan dari setiap tantangan/*challenge* yang diberikan oleh beberapa konten kreator memiliki hadiah besar seperti @Mr.Beast dan tidak sedikit dari kontennya juga memberi tantangan kepada diri sendiri untuk mencoba beberapa barang dari yang murah hingga yang mahal contohnya ketika Mr.Beast mencoba mobil dari yang termurah hingga termahal. Konten seperti inilah yang membuat banyak penonton YouTube merasa tertarik untuk menontonnya serta menirunya dalam menjadi langkah awal seseorang jika ingin menjadi konten kreator.

Menurut beberapa wawancara dari anak KPI 5C mengatakan: bahwa Mereka kagum sama tantangan besar yang dia bikin dan cara yang dibikin Mr. Beast bisa menarik perhatian penonton. Sebuah hal seperti inilah yang dapat membuat seseorang ingin meniru kontennya Mr.Beast.

2. *Learning*

Setiap orang juga membutuhkan konten positif atau dampak positif dalam meniru seseorang dan Mr.Beast inilah menjadi sebuah acuan dari beberapa orang untuk meniru Mr.Beast contoh konten positif dari *challenge* yang dibikin Mr.Beast adalah tantangan yang di mana tantangan yang diajukan kepada dirinya sendiri untuk memberi donasi operasi mata untuk 1000 orang buta, tantangan ini mengajarkan untuk tolong-menolong yang membuat dampak positif bagi sosial. Sejak inilah Mr.Beast banyak dicontoh *challenge*-nya seperti Konten kreator @Cellozxx yang membuat tantangan untuk 100 pasukan botak dalam mendukung kampanyenya terhadap para penderita kanker dan juga ia membuka open donasi untuk menyalurkan bantuannya kepada penderita kanker.

Selain dari hal positif ternyata Mr.Beast dalam kontennya yang dapat dipelajari oleh kita ada banyak hal yaitu dimana Mr.Beast membuat *challenge* supaya mengajarkan kerjasama team, serta bagaimana Mr.Beast juga selalu memperhatikan dalam pembuatan *Thumbnail*-nya hal inilah yang dapat dipelajari khalayak agar menarik penonton dan bukan hanya penonton tapi membuat dampak positif juga.

3. *Behaviour*

Kebiasaan dari seorang Jimmy Donaldson atau Mr.Beast seperti beraksi yang berlebihan, seru-seruan bareng teman-temannya, dan partisipasi beberapa orang untuk *challenge*-nya. Kebiasaan-kebiasaan ini membuat konten MrBeast sangat khas dan menjadi salah satu alasan mengapa ia memiliki basis penggemar yang sangat besar. Dalam wawancara narasumber ia menyebutkan bahwa konten Mr.Beast membuat kebiasaan yang dapat membuat kontennya selalu *Trend Up* serta membuat kontennya menjadi tidak monoton untuk ditontonnya.

Faktor yang Membentuk Fenomena Konten Challenge Viral di YouTube pada Kalangan Mahasiswa KPI 5C : Studi Kasus Konten Challenge pada Kanal Youtube @MrBeast

Karena saking terkenal Mr. Beast akan *challenge*-nya yang selalu heboh karena menghabiskan biaya produksi yang cukup fenomenal dalam satu kontennya, bahkan juga mengundang orang dari penjuru dunia dalam perlombaan untuk sebuah *challenge*, dalam hasil wawancara dengan para mahasiswa di kelas KPI 5C menyebutkan bahwa Mr. Beast sangat kreatif dan sering melibatkan hadiah besar menarik perhatian kami karena memberikan hiburan yang berbeda dari konten YouTube pada umumnya.

Inilah yang menjadi sebuah dampak konten yang akan banyak ditiru karena sangat *out of the box* dalam setiap kontennya yang dapat menggaet banyak massa walaupun menghabiskan cukup banyak budget dalam produksi kontennya namun juga mempunyai impact luas dalam konten. Para konten kreator yang kehabisan konten pasti akan menirunya dalam mengambil perhatian khalayak, secara sadar bahwa seorang Mr. Beast dapat menciptakan inspirasi bagi para konten kreator. Beberapa faktor lainnya juga seorang Mr.Beast juga menjadi dampak positif untuk memelopori dari *challenge* tolong-menolong, donor, serta donasi.

Kami sebagai penulis juga berpendapat bahwa *challenge-challenge* yang diadakan Mr.Beast juga sangat sulit dilakukan jika hanya mempunyai budget kecil, namun jika dapat menarik banyak sponsor itu bisa terlaksana, juga kesulitan diantara lain seperti tantangan bertahan hidup di hutan, tantangan seperti

itu mungkin juga memiliki kemungkinan besar dapat memperburuk orang yang mengikuti *challenge*-nya karena risiko keselamatan yang cukup minim jika tidak berpengalaman. Serta beberapa pembahasan kecil di sini bahwa sudah jarang konten-konten seperti *challenge* yang dapat diikuti banyak orang di YouTube karena era sekarang sudah berpindah kepada platform Tiktok yang sekarang mungkin sudah diminati banyak khalayak di seluruh dunia.

Jika diamati dari perilaku remaja saat ini, teori peniruan sosial ini memberikan sebuah kenyataan bahwa saat ini adalah era yang dimana orang-orang sudah mempunyai banyak minat untuk menjadi konten kreator bahkan saat ini remaja lebih mendengarkan konten kreator ketimbang membaca buku serta mendengar nasihat orang tua dan ini mempunyai dampak sehingga remaja zaman sekarang lebih bercita-cita untuk berprofesi sebagai konten kreator ketimbang mengharapkan profesi yang tinggi. Namun kami penulis juga berkeinginan untuk melihat zaman sekarang agar semua konten kreator bisa memberi contoh yang positif agar di dunia saat ini bisa lebih peduli akan adanya hak manusia dan akan selalu berbuat kebaikan serta tolong-menolong seperti yang ada di channelnya Mr.Beast.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan hasil wawancara kami menunjukkan bahwa fenomena challenge viral di kalangan mahasiswa KPI 5C, yang terinspirasi oleh konten di channel YouTube Mr. Beast, menjadi contoh nyata dari Teori Peniruan Sosial (Social Learning Theory). Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya meniru pola tantangan yang menyediakan hiburan dan hadiah besar tetapi juga mengadopsi kreativitas dan inovasi dalam pembuatan konten mereka sendiri. Challenge ini memfasilitasi pembelajaran kolektif dan eksperimen dalam produksi konten, yang pada akhirnya memperkuat keterampilan mereka dalam menarik perhatian audiens.

Challenge viral ini memberikan dampak signifikan, baik positif maupun negatif. Di sisi positif, tantangan ini mendorong solidaritas dan kreativitas, serta memberikan peluang bagi mahasiswa untuk meningkatkan personal branding dan keterlibatan sosial. Namun, di sisi lain, fenomena ini juga menimbulkan risiko peniruan berlebihan yang berpotensi menghilangkan batas antara hiburan dan eksploitasi dalam konten digital. Dengan demikian, fenomena ini tidak hanya mencerminkan pengaruh besar dari figur seperti Mr. Beast, tetapi juga menggambarkan dinamika sosial yang kompleks di era digital, di mana konten viral dapat membentuk dan mencerminkan norma-norma sosial baru.

REFERENSI

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage Handbook of Qualitative Research (4th ed.)*. SAGE Publications
- Elfitri, & Rosini. (2018). *Perilaku informasi remaja terhadap viral challenge di media sosial*. Bibliotech: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 3(1).
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth Generation Evaluation*. SAGE Publications.
- Helena Anggidesialamia, "Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi Youtube", Jurnal Comm-Edu, 2(2020), 77
- Mackenzie, N. & Knipe, S. 2006. "Research dilemmas: Paradigms, Methods and Methodology." Issues In Education- al Research, 16(2), 193-205. [Http://www. iier.org.au/iier16/mackenzie.html](http://www.iier.org.au/iier16/mackenzie.html) Diunduh pada 16 September 2006.
- Miriam Martinez and Miguel. KIDFLUENCERS: AN ANALYSIS OF THE COMMUNICATION STRATEGIES OF CHILD INFLUENCERS On YouTube and TikTok and their Impact on Children's Audience. Villanueva University Spain, Visual Review vol. 16 no. 5, 2024.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- N.E. Miller dan J. Dollard, *SOCIAL LEARNING AND IMITATION*, (The Taylor & Francis Group, 2007), hal. 20.
- P.K Nisa, *PENDIDIKAN AKHLAK ANAK DI LINGKUNGAN KELUARGA: MENURUT IMAM AL-GHAZALI*, Fikrah: Journal of Islamic Education, Vol. 2 No. 2 Desember 2018
- P.K. Nisa, DKK, ANALISIS PENIRUAN TREND ASHOKA DALAM TIKTOK, Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS), Vol.2, No.2 Juni 2024, Hal 19-32.
- Pia Khoirotun Nisa *PENDIDIKAN AKHLAK ANAK DI LINGKUNGAN KELUARGA MENURUT IMAM AL-GHAZALI* Fikrah: Journal of Islamic Education, Vol. 2 No. 2 Desember 2018
- Rizma Fithri, *PSIKOLOGI BELAJAR*, (Surabaya, 2014).
- Rotter, J. B., Chance, J. E., & Phares, E. J. (1972). *Applications of a social learning theory of personality*. Holt, Rinehart & Winston.
- S.H. Jang, *I am a YouTuber A netnographic approach to profiling teen use of YouTube*, Sun (2015).
- Salma, Pendekatan Penelitian: Pengertian, Jenis, dan Contoh, (penerbitdeepublish.com, 2023).
- University of Bath, Department of Mechanical Engineering, ME30403 Business Case Study (Bath: University of Bath).

Waldan Warid dkk. "Penelitian Tentang YouTube". Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi.
Yeo and Tien, *Model of Viral Propagation in Digital Contexts*. The Routledge Handbook of Digital
Consumption HKBU Scholars : Hongkong Baptist University. 2022.