

## 1. PENDAHULUAN

Kebutuhan informasi merupakan sebuah kebutuhan yang dimiliki oleh setiap individu di bumi ini. Setiap manusia tentunya membutuhkan informasi guna untuk melengkapi pengetahuan akan suatu hal. Pada era yang perkembangannya serba cepat ini khususnya dalam teknologi dan informasi, manusia pun lebih cepat dalam menerima informasi, yaitu dengan berkembangnya pula media yang membantu manusia dalam mendapatkan pesan atau informasi secara mudah dan cepat. Saat ini segala jenis informasi sangat mudah kita dapatkan, baik dari lingkungan sosial kita, bahkan dari alat yang ada di sekitar kita seperti televisi, internet, majalah, dan juga radio. Alat alat tersebut sering disebut sebagai media massa. Dengan adanya perkembangan teknologi dari masa ke masa, membuat perkembangan media massa pun turut mengalami perkembangan, yaitu munculnya media elektronik.

Media massa tentunya juga mengalami perubahan dalam setiap perkembangannya yang mana hal ini membuat manusia dalam mendapatkan informasi pun juga ikut berubah. Dalam perkembangannya manusia lebih cepat dalam mendapatkan informasi karena kemudahan akses dalam bermedia. Dahulu mayoritas informasi hanya didapatkan melalui surat kabar, radio, dan juga televisi, namun sekarang masyarakat dapat lebih mudah membagikan berita, dan mendapatkan informasi dari platform dan sumber yang berbeda-beda, salah satunya disebabkan oleh kehadiran internet yang mudah terjangkau oleh masyarakat luas di seluruh dunia.

Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era *new media* dan menjadi sebuah penanda mengenai era *new media* (Situmorang, 2013, hlm. 73). Awalnya internet hanya digunakan untuk mengirim *e-mail* atau membuka situs saja, namun saat ini internet justru lebih luas ketimbang sebelumnya dimana saat ini internet dapat menjadi sebuah media untuk bersosialisasi secara cepat dan lebih luas lagi.

Dengan meluasnya pengguna internet, banyak masyarakat yang akhirnya memiliki konsumsi yang bermacam-macam dalam mengakses internet, seperti mendapatkan berita, mencari informasi, mencari hiburan, bahkan melakukan kegiatan produktif. Perkembangan pengguna internet pun turut dirasakan oleh negara Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerja sama dengan Indonesia Survey Center (ISC) yang menyebut bahwa pada tahun 2019 - kuartal II 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia naik menjadi 73,7 persen yang berjumlah setara 196,7 juta pengguna internet, dengan populasi 266,9 juta berdasarkan data BPS (APJII, 2020). Dengan perkembangan internet yang semakin meluas inilah yang akhirnya membuat pasar industri kreatif pun juga turut semakin berkembang dengan munculnya berbagai platform seperti *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitch*, *Facebook*, dan masih banyak lagi. Platform-platform tersebut saling bersaing untuk mendapatkan pengguna yang lebih banyak, yaitu seperti fitur-fitur yang sudah ada di platform lain, kemudian dihadirkan di platform mereka. Seperti contohnya fitur *stories* yang dipopulerkan oleh platform *Snapchat* di tahun 2013, yang memberikan pengalaman baru pada konten video dengan menggunakan teknologi *augmented reality* (AR) yang membuat tampilan video *stories* menjadi menarik. Dengan banyaknya orang yang minat dengan fitur *stories* ini, fitur ini akhirnya dipakai juga oleh platform platform lain seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, dan juga *WhatsApp*. Selain itu ada juga fitur *live streaming* yang populer pada tahun 2017 yang mana fitur ini dipopulerkan oleh platform *Twitch*, *Bigo Live* dan juga *CliponYu* yang memang berfokus pada fitur *live streaming* (Agustina, 2018, hlm. 18).

*Live streaming* biasanya disiarkan oleh pengguna secara langsung di sebuah platform yang nantinya audiens akan dapat menonton siaran langsung tersebut pada platform yang sedang digunakan oleh pengguna dan juga audiens juga dapat memberikan komentar untuk pengguna yang sedang mengadakan siaran langsung. Safko pada 2010 menjelaskan bahwa *live video streaming* merupakan kelanjutan dari tren konten video di media sosial yang mana awalnya digunakan untuk berbagi kehidupan pribadi di internet dengan menggunakan kamera video dan juga komputer (Agustina, 2018, hlm. 18). Namun saat ini *live streaming* sudah dapat

dilakukan pada perangkat yang lebih mudah digunakan yaitu dengan *smartphone*, sehingga siapa saja saat ini dapat melakukan *live streaming*. Saat ini ada banyak platform yang sering digunakan orang yang dapat melakukan live streaming seperti Instagram, Facebook, Youtube, TikTok, Bigo Live dan masih banyak lagi. Dengan semakin maraknya penggunaan live streaming menyebabkan beberapa platform pun juga menambahkan fitur *live streaming*, salah satunya adalah GoPlay.

GoPlay saat ini mulai memperluas layanan hingga kepada live streamingnya dan untuk saat ini mulai memfokuskan kepada acara acara live streaming baik yang diproduksi sendiri (*original/in house production*) atau yang memanfaatkan audiens subjek konten (*user generated content*). Selain memiliki acara live stream original miliknya, GoPlay pun juga membuka peluang bagi orang orang yang ingin membuat konten di GoPlay Live sehingga para konten kreator juga dapat berkreasi di platform GoPlay. Keunggulan dari live stream GoPlay ini adalah konten kreator dapat berinteraksi langsung dengan para audiensnya dan bahkan audiensnya pun juga dapat memberikan support kepada konten kreator berupa *virtual gift* dengan tiap virtual giftnya memiliki harga yang berbeda-beda. Konten kreator juga dapat menautkan *link* atau *polling* dengan fitur yang ada di dashboard untuk para audiensnya. Konten-konten livenya pun juga beragam, ada makanan (*food*), musik, horror, religi (muslim, kristen, buddha, hindu, katolik), *gameshow*, *beauty*, *travel*, *sport*, *news*, *gaming*, *chit-chat*, *class*, *talkshow*. Variasi konten tersebutlah yang akhirnya membuat audiens dapat memilih jenis konten apa yang ingin ditonton.

GoPlay sendiri memiliki acara live original milik mereka sendiri, dimana acara ini merupakan acara yang diproduksi oleh tim GoPlay. Sultan Travel dan DeMyth merupakan dua konten eksklusif yang dihadirkan pada platform GoPlay. Sultan Travel merupakan sebuah acara travel yang membahas mengenai tempat-tempat yang mewah atau *luxury* yang dipandu oleh Tantra Tobing. Sedangkan DeMyth merupakan sebuah acara travel bernuansa horor yang membahas tempat tempat mistis yang ada di Jepang, dipandu oleh Daisuke Botak dan juga Rei Sarah. Kedua acara tersebut memiliki target untuk mendapatkan peningkatan jumlah audiens dan durasi ketahanan menonton pada tiap episodenya dan berusaha untuk

membuat setiap episodenya dapat menarik penonton sehingga dapat mencegah penurunan jumlah audiens untuk episode episode selanjutnya.

### **1.1. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang muncul dalam latar belakang yaitu bagaimana perubahan jumlah audiens dan durasi menonton pada kedua acara yaitu Sultan Travel dan DeMyth dilihat pada 2 episode dan bagaimana tanggapan dan rencana dari produser dan director pada tiap acara mengenai perubahan tersebut.

### **1.2. TUJUAN PENELITIAN**

Maka dari itu penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui perubahan durasi dan jumlah audiens yang terjadi guna mendapatkan solusi yang tepat untuk jenis acara yang memiliki genre travel seperti Sultan Travel dan DeMyth dan menjadi pertimbangan formula untuk acara baru yang akan diproduksi selanjutnya.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA