

BAB I

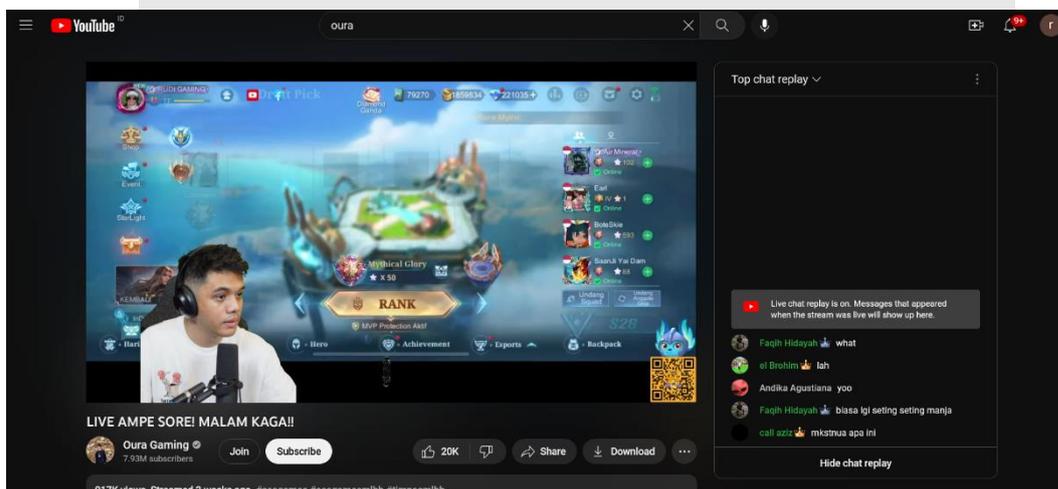
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Internet saat ini menjadi sebuah kebutuhan yang dimiliki oleh hampir semua orang di dunia maupun Indonesia. Keberadaan internet mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan cepat, berkomunikasi dengan orang-orang terdekat dengan mudah, mendengarkan music, menonton video dan berbagai macam hiburan lainnya. Selain itu internet juga menjadi salah satu sarana promosi yang dapat digunakan oleh bisnis dengan berbagai macam ukuran (NETDATA, 2022). Pengguna internet di Indonesia awal tahun 2021 mencapai 202,6 juta jiwa, jumlah ini meningkat jika dibandingkan dengan Januari 2020 sebesar 15.5 persen atau 27 juta jiwa (Kemp, 2021). Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII, terungkap bahwa masyarakat Indonesia menggunakan internet umumnya untuk hiburan salah satunya adalah media sosial dan konten hiburan seperti bermain game dan menonton video online (Jemadu, 2022). Melalui laporan “Digital 2022 April Global Statshot Report” yang dirilis Hootsuite, Indonesia berada di peringkat kedua dari 44 negara yang paling banyak menggunakan internet untuk bermain game. 95.4 persen pengguna Internet di Indonesia bermain game menggunakan berbagai macam perangkat seperti PC, konsol, VR, dan platform media streaming. (Kemp, 2022)

Tingginya angka pemain game online di Indonesia mendorong juga perkembangan kompetisi game yang ada. Menurut Global Games Market Report 2021, Indonesia berada di posisi ke 17 pasar game terbesar dengan pertumbuhan yang pesat. Selain itu data dari

Indonesia Esports Industry Outlook 2021, Evos Esports yang merupakan salah satu organisasi esport terbesar di Indonesia melaporkan bahwa dari 274,5 juta gamers di Asia Tenggara Indonesia berkontribusi 43% terhadap jumlah tersebut. Indonesia juga terhitung telah menyumbang pendapatan senilai Rp 30 triliun (Hidayah, 2022). Tingginya angka orang bermain game di Indonesia, serta meningkatnya perkembangan kompetisi esports di Indonesia mendorong banyak pemain untuk ingin menjadi lebih baik seperti idola-idolanya. Salah satu cara untuk mengembangkan kemampuan bermain game tersebut adalah dengan menonton pemain professional bermain game yang mereka sukai, selain itu juga menonton game yang mereka sendiri telah mainkan menjadi hiburan untuk para pemain. Hal ini dapat diakses melalui beberapa website seperti Youtube, Facebook, Twitch yang menyediakan katalog video yang sangat besar, serta kemampuan untuk menyiarkan secara langsung permainan yang sedang mereka mainkan (Anendya, 2022)

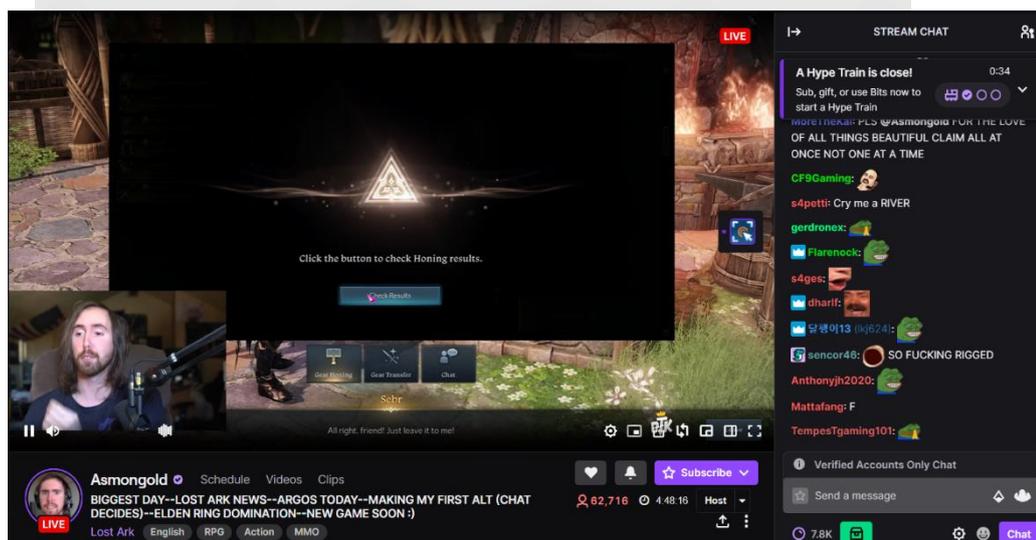


Gambar 1.1 Gamer Profesional Mobile Legends

Sumber: youtube.com/oura

Pada gambar 1.2 dapat dilihat pemain professional Mobile Legends yaitu Oura yang sedang menayangkan dirinya bermain game secara langsung, dalam durasi 5 jam livestreamnya Oura mendapatkan 900 ribu viewer yang datang dan menonton livestreamnya, dengan angka penonton langsung secara langsung mencapai 20 ribu penonton serentak.

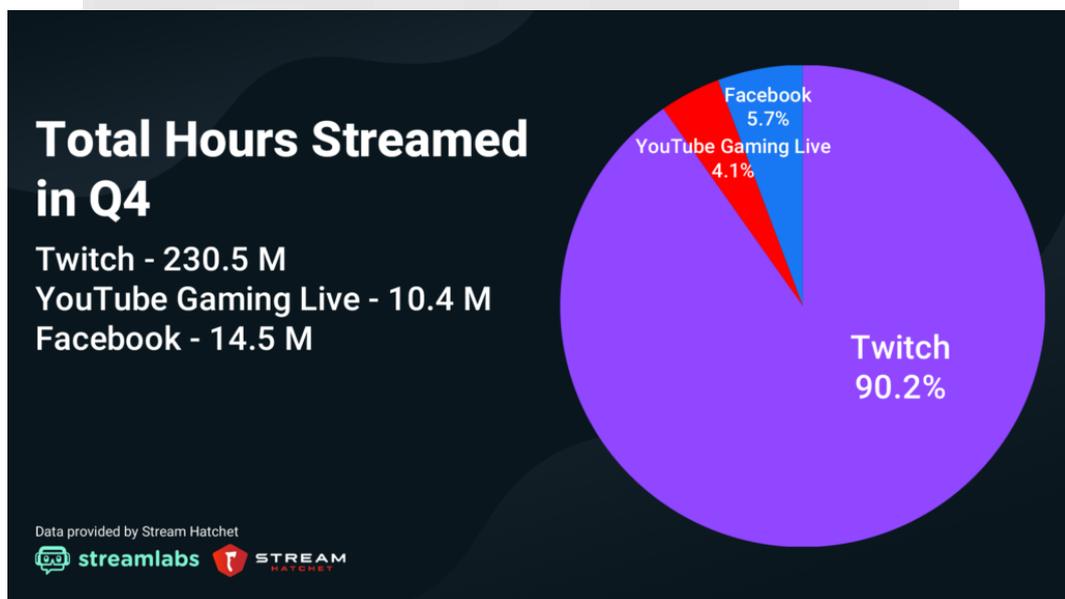
Industri live streaming beberapa tahun kebelakang ini berkembang dengan pesat didorong dengan terjadinya pandemi di tahun 2020(Eskihoran, 2021)Hal tersebut menyebabkan pertumbuhan dikarenakan banyaknya masyarakat Indonesia yang tidak bisa berpergian sehingga dalam rangka mencari hiburan mereka berlari ke situs live streaming. Hiburan dalam bentuk live streaming ini khususnya dinikmati para pencinta game atau bisa disebut gamers. Live streaming sendiri merupakan kegiatan dimana seseorang membagikan pengalamannya dalam kasus ini yaitu bermain game kepada orang-orang secara langsung(Anendya, 2022).



Gambar 1.2 Tampilan Livestream Twitch.tv

Sumber: Twitch.tv/asmongold

Dapat dilihat pada gambar 1.1 adalah tampilan dimana seseorang sedang membagikan pengalamannya bermain game kepada puluhan ribu orang yang menonton secara langsung. Situs yang ditampilkan pada gambar 1.1 adalah Twitch.tv yang merupakan situs livestreaming yang dibuat pada tahun 2011. Di tahun 2022 ini ada beberapa situs besar yang menjadi tujuan penonton untuk menikmati konten live streaming.



Gambar 1.3 Angka Jam Tonton di 3 Website Terbesar

Sumber: Dotesports.com

Pada gambar 1.2 terlihat ada 3 platform terbesar di dunia dalam kegiatan livestreaming. Twitch.tv menjadi pemimpin yang mendominasi dunia livestreaming secara keseluruhan dengan jam tontonan 230.5 juta jam di kuartal keempat 2021 diikuti dengan Facebook dengan angka 14.5 juta jam dan terakhir Youtube dengan 10.4 juta jam. Twitch.tv telah mendominasi dunia livestream 5 tahun terakhir ini (Irwin, 2021).



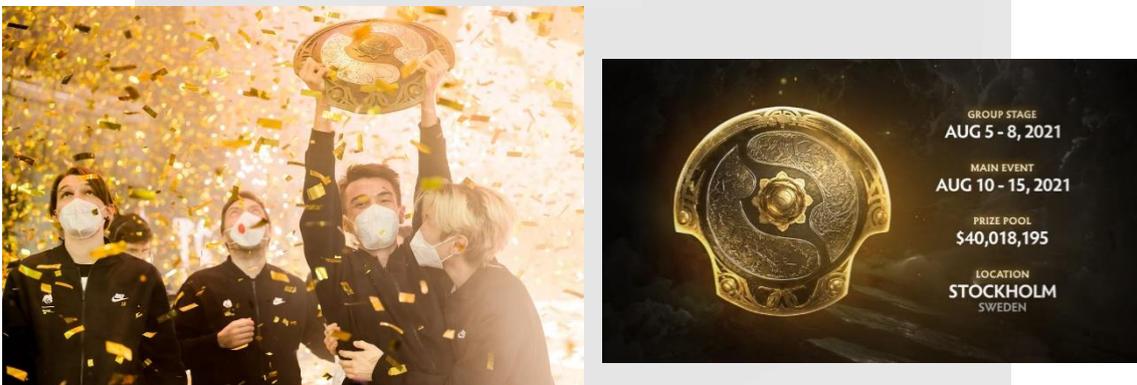
Gambar 1.4 Statistik Twitch.tv 2021

Sumber: Sullygnome.com

Gambar 1.3 menunjukkan statistic Twitch.tv di tahun 2021, salah satu angka yang menggambarkan skala Twitch.tv adalah peak viewers yaitu penonton terbanyak dalam suatu stream yaitu 6.5 juta penonton serentak secara langsung. Angka tersebut bukan merupakan angka yang kecil jika diingat bahwa 6.5 juta penonton tersebut menonton secara langsung tidak seperti Youtube dimana waktu seseorang menonton bisa berbeda beda.

Pengguna platform live streaming terdorong oleh banyak hal untuk menggunakan suatu platform. Esports menjadi salah satu alasan menonton siaran langsung, terbukti juga dari angka gamers di Indonesia yang telah di bahas sebelumnya. *Esports* merupakan sebutan yang mewakili industri kompetitif bermain berbagai jenis game, dari mulai balapan sampai perang. Hal tersebut menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong orang ingin menggunakan *platform live streaming* seperti Twitch.tv. Selain bisa menonton idola mereka bermain game secara langsung sama seperti Ketika seorang fans sepakbola menonton Cristiano Ronaldo di TV hal ini terjadi juga di dunia *Live Streaming* dan *Esports*. Beribu-ribu tim dan

pemain berlomba menjadi yang terbaik di permainannya masing masing dan hampir semua turnamen atau lomba besar ditayangkan di platform *live streaming*. Para pemain game seperti Mobile Legend, atau Valorant selalu ingin menjadi pemain yang lebih baik. Mereka bisa berkembang dengan menonton pemain professional yang bermain di tingkat tinggi, berkompetisi untuk mendapatkan uang. Kompetisi kompetisi tersebut disiarkan secara langsung di beberapa platform live streaming.



Gambar 1.7 The International 10 Turnamen Dota 2

Sumber: [Redbull.com/theinternational](https://www.redbull.com/theinternational)

Salah satu alasan kenapa streaming penting adalah mengetahui tips gamer professional dalam menyelesaikan level tertentu Gambar 1.7 menunjukkan turnamen The International 10 yang merupakan turnamen game Dota 2 yang diadakan secara global. Turnamen tersebut memiliki angka hadiah terbesar di dunia saat ini dengan angka 40 juta dollar yang akan dibagikan ke 18 tim teratas di dunia dengan hadiah yang di dapatkan di peringkat ke 18 yaitu 1.5 Milyar Rupiah dan pemenang juara 1 akan membawa pulang 255 Milyar rupiah. Turnamen ini berdasarkan ginx.tv melalui artikel yang membahas tentang angka penonton turnamen *esport* tertinggi mencatat The International 10 mencapai 2.5 juta penonton secara serentak di titik tertingginya, Penonton dapat menonton melalui beberapa *platform* utamanya adalah Twitch.tv (Sandoval, 2021).

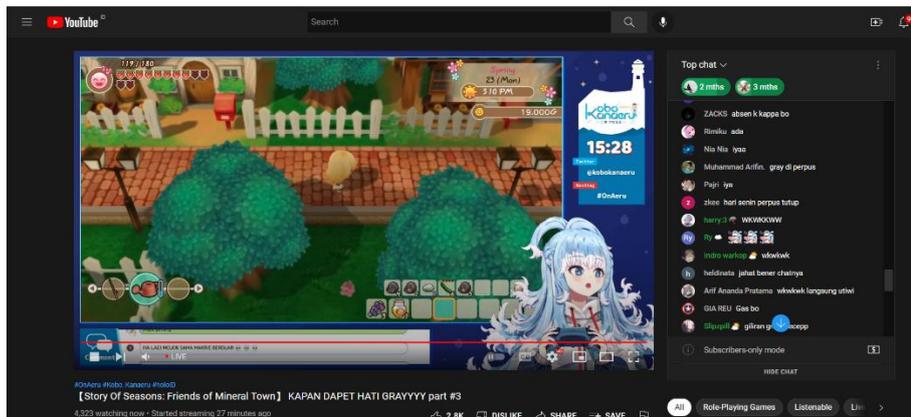


Gambar 1.8 Turnamen Mobile Legends M3

Sumber: Line Today

Gambar 1.8 menunjukkan salah satu turnamen besar khususnya di Asia Tenggara. Game yang sudah sangat besar di Indonesia yaitu Mobile Legends memiliki turnamen global yang dinamakan M3. Dengan total hadiah sebesar 800 Ribu Dollar M3 bahkan melewati jumlah tontonan tertinggi The International 10 yaitu mencapai 3.2 Juta penonton serentak di titik tertingginya. Hal ini disebabkan sangat besarnya pasar permainan handphone di Asia Tenggara salah satunya Indonesia yang bahkan mengalahkan game besar seperti Dota 2 yang memiliki total hadiah terbesar dalam sejarah *Esports*.

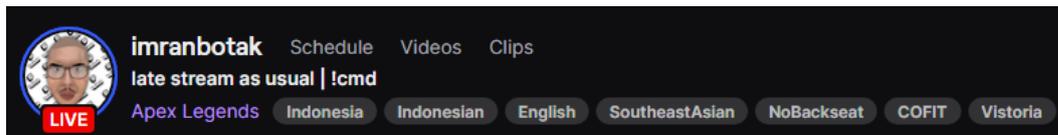
Diluar turnamen dan acara besar yang ditayangkan di platform livestreaming konsumen juga menggunakan platform tersebut sebagai sumber hiburan sama seperti menonton tv setiap hari. Di Indonesia sendiri juga sudah banyak pembuat konten yang menayangkan mereka bermain suatu game atau memberikan reaksi terhadap suatu video.



Gambar 1.10 Streamer Indonesia Youtube

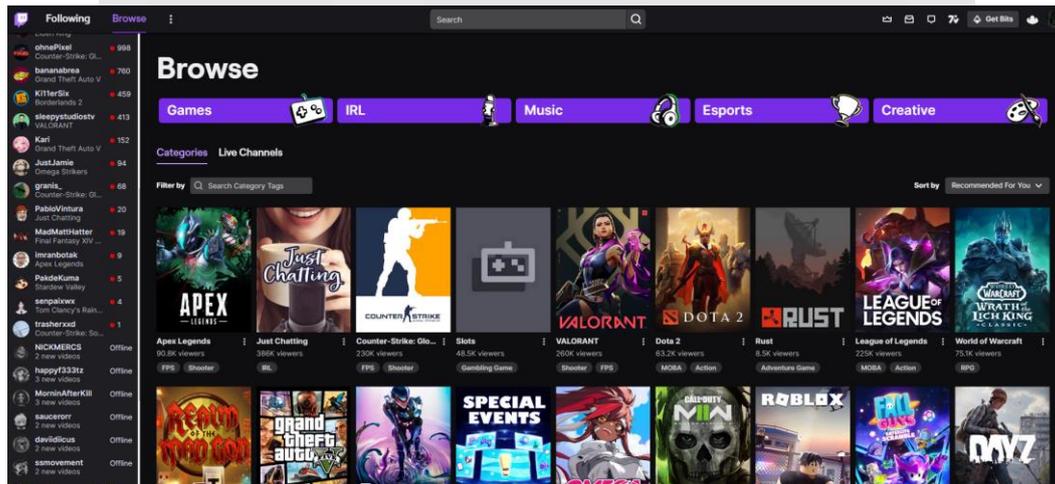
Sumber: Youtube.com/KoboKanaeru

Gambar 1.10 menunjukkan salah satu *Content Creator* yang berasal dari Indonesia sedang menayangkan dirinya bermain suatu game kepada 4.323 penonton serentak, ini adalah salah satu dari banyak *youtuber* yang rutin menayangkan dirinya diplatform youtube(Youtube.com/KoboKanaeru) Dalam durasi *livestream* nya ia juga rutin berinteraksi dengan penontonnya yang dapat berbicara melalui kolom komentar di bagian kanan gambar 1.9. Berbanding terbalik dari jumlah penonton di platform Youtube, Twitch yang menjadi salah satu pilihan kreatif-kreatif yang menciptakan konten malah kurang mendapatkan penonton walaupun adanya berbagai kelebihan dibandingkan platform Youtube dalam sisi *live stream*. Salah satunya adalah pembagian kategori yang dimiliki oleh Twitch lebih mudah dinavigasikan dibandingkan platform Youtube seperti ditunjukkan di gambar 2.0. Penonton juga bisa memperkecil pencariannya dengan kata kunci tertentu yang bisa digunakan oleh *streamer* untuk mempermudah dirinya ditemukan oleh penonton, contohnya *streamer* Indonesia dapat menambahkan kata kunci Indonesia di halaman *stream* nya seperti ditunjukkan gambar 2.1.



Gambar 1.11 Banner salah satu Streamer Indonesia

Sumber: Twitch.tv/imranbotak



Gambar 1.12 Halaman kategori Twitch.tv

Sumber: Twitch.tv

Melalui tag tersebut penonton dapat menemukan streamer sesuai keinginan dan ketertarikan mereka, penyiar diberikan kebebasan untuk menaruh tag apapun dalam sesi siaran langsung mereka untuk mempermudah penonton mencari mereka, selain pemilihan kategori game yang mereka mainkan.

Berkembangnya Twitch di Indonesia dapat membawa berbagai keuntungan untuk perusahaan Twitch sendiri seperti dapat mengenalkan produk baru yang lebih terkenal di luar negeri masuk ke pasar Indonesia yang ukurannya sangat besar. Pemerintah juga dapat membantu perkembangan Twitch dengan membantu masyarakat mengaksesnya lebih mudah seperti dengan mengadakan paket special untuk Twitch sehingga masyarakat

dapat menonton tanpa menghabiskan kuota seperti paket media yang sudah ada sekarang ini.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diatas, dapat dilihat bahwa angka penggunaan Twitch di Indonesia masih memiliki potensi yang sangat besar. Twitch memimpin di industry *live streaming* dalam skala dunia tetapi secara spesifik di Indonesia angka yang dimiliki oleh Twitch masih dapat diperbesar. Maka dari itu peneliti ingin mengkaji faktor-faktor yang menjadi motivasi pengguna *platform live streaming* melalui teori *Uses and Gratification Theory* yang mengukur melalui motivasi pengguna dalam menggunakan media untuk mengkaji pengaruh faktor tersebut terhadap penggunaan Twitch sehingga dapat membantu dalam Upaya peningkatan penggunaan Twitch di Indonesia.

Entertainment and Tension Release Motivation ada ketika seorang pengguna dapat menonton orang lain bermain tanpa merasakan ketegangan yang dapat dirasakan Ketika memainkan game tersebut sendiri, pengguna bisa santai dan menikmati orang lain bermain. Selain itu menonton siaran langsung permainan video game melepas stress, mengalihkan penonton dari kegiatan sehari-harinya dan membawa mereka keluar dari kehidupan aslinya yang memenuhi kebutuhan psikologikal *escapism* (Li et al., 2020a) Karena kurangnya juga streamer Indonesia yang menyiarkan dirinya di website Twitch banyak penonton yang mencari hiburan didalam humor penyiar tetapi karena kebanyakan

streamer di Twitch berasal dari luar negeri sehingga budaya dan cara pembawaan mereka juga berbeda.

Social motivation dibahas Li, Wang dan Liu (2020) bahwa penonton yang berada di dalam platform live streaming memiliki kebutuhan social yang penting termasuk, hubungan antara penyiar dan penonton, dan hubungan antara penonton yang biasa difasilitasi oleh keberadaan ruang chat di platform tersebut. Keberadaan motivasi ini menjadi salah satu faktor penting, berada dalam kolom chat Bersama dengan penonton lain yang memiliki minat yang sama memunculkan interaksi antara satu penonton dengan yang lainnya. Twitch merupakan perusahaan dari barat yang memiliki budaya berkomunikasi berbeda dengan negara negara di Asia maka akan diteliti bagaimana Motivasi Sosial seorang pengguna dari Indonesia jika menggunakan platform Twitch. Nimo TV juga didominasi oleh streamer Indonesia, maka dari itu Twitch menghadapi permasalahan karena penonton Indonesia khususnya lebih sulit untuk mencari konten yang tepat dan cocok dengan dirinya.

Informational motivation dalam cakup ini motivasi informational merupakan motivasi penonton dalam platform seperti Twitch mendapatkan informasi mengenai game yang mereka tonton yang biasanya mereka mainkan sehari hari juga. Platform seperti Twitch membantu penonton mempelajari strategi baru, mengembangkan kemampuan gaming, dan mendapatkan informasi (Li et al., 2020a) Informasi didapatkan ketika pengguna menonton turnamen atau idolanya bermain game favorit mereka di platform live streaming, kurangnya konten game mobile di Twitch bisa menjadi salah satu masalah dikarenakan esports terbesar di Indonesia didominasi oleh game mobile.

Mengacu pada analisa dan fenomena yang telah diuraikan, perlu adanya penelitian terhadap platform live streaming yang akan dilakukan spesifik pada platform Twitch.tv. Peneliti akan meneliti menggunakan faktor-faktor yang menjadi motivasi pengguna *platform live streaming* melalui teori *Uses and Gratifications theory* yang membahas tentang motivasi pengguna dalam menggunakan suatu media, dalam penelitian ini terdiri dari *Entertainment/Tension Release Motivation, Social motivation, Informationnal Motivation*. Penelitian akan meneliti implikasi faktor diatas terhadap penggunaan *Video Game Streaming Platform Twitch*. Maka dari itu peneliti menyusun beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Tension release/entertainment motivation* berpengaruh positif terhadap *Use of video game streaming platform Twitch*
2. Apakah *Social motivation* berpengaruh positif terhadap *Use of video game streaming platform Twitch*
3. Apakah *Informational motivation Motivation* berpengaruh positif terhadap *Use of video game streaming platform Twitch*

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan meneliti peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Tension Release/ Entertainment motivation* secara positif memengaruhi penggunaan *Video game streaming platform Twitch*
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Social motivation* secara positif memengaruhi penggunaan *Video game streaming platform Twitch*
3. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *Informational motivation* secara positif memengaruhi penggunaan *video game streaming platform Twitch*

1.3 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran yang bermanfaat untuk penelitian mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) selanjutnya yang akan berhubungan dengan platform live streaming.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta menjadi referensi sebagai alat bantu perusahaan penyedia platform live streaming dalam pengembangan aplikasinya dan menjadi masukan dan pertimbangan bagi perusahaan tersebut.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian dilakukan secara terbatas berdasarkan cakupan yang relevan terhadap penelitian sebagai berikut:

1. Jumlah variabel penelitian dibatasi oleh 4 variabel, yaitu: *Tension release/entertainment motivation, Social motivation, Informational, Using Videogame Streaming Platforms*
2. Kriteria responden penelitian adalah orang-orang yang mengkonsumsi konten live streaming lewat Twitch, pernah aktif dalam komunitas salah seorang penyiar di Twitch dan memiliki ketertarikan terhadap game.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian serta fenomena yang terjadi pada pasar dan membahas pokok permasalahan yang terjadi pada objek penelitian, serta rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, Batasan masalah, dan manfaat yang diharapkan serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan dalam penelitian dan hasil tinjauan Pustaka yang digunakan sebagai acuan untuk melakukan pembahasan terkait pokok dari permasalahan yang ingin diteliti.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian yang penulis gunakan, dimulai dari research design, sampling process, prosedur penelitian, serta measurement dan Teknik analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penyajian dan analisa data responden serta membahas hasil penelitian dan juga bagaimana peneliti menginterpretasi data berdasarkan teori-teori terkait dengan penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis berdasarkan hasil penelitian terkait objek yang diteliti.