

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1. Penelitian Terdahulu

Pertama merupakan penelitian dari (Aura Ramahan, Cut Nadia Naswati & Citra Maharani Herman, 2020). Fenomena endorsement di instagran story pada kalangan selebgram. Jurnal Ilmu Komunikasi. Penelitian ini berfokus meneliti tentang alasan mengapa endosrment sangat diminati baik dari pihak brand dan juga pihak selebgram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi dua arah dan juga menggunakan konsep New Media, Instagram dan juga selebgram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Persamaan ini ada apada persamaan yang sama – sama menggunakan konsep New Media. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Celebrity Endorser memiliki pengaruh yang cukup besar sebagai patokan pengambil keputusan oleh konsumen. Persepsi tentang sebuah brand bisa mengarahkan langsung konsumen dengan review dari para selebgram.

Kedua, merupakan penelitian (Ardiansah Fathurohman Nawawi, Nina Yuliana, 2024). Fenomena judi online slot terhadap perubahan perilaku mahasiswa fisip unitrta angkatan 2022 Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha. Penelitian ini pada alasan mengapa mahasiswa bermain judi online slot. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi Laswell, Teori behaviorisne, Teori Sibernetik Weiner. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara dengan informan mahasiswa dari Unitirta ankatan 2022. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa adanya dorongan untuk bermain karena adanya faktor internal dan juga adanya faktor eksternal berupa didikan orang tua yang kurang disiplin yang membebaskan mereka untuk melakukan apapun yang mereka inginkan.

Penelitian ketiga dilakukan, (Agustinus, Hendra Alfani, Maria Yolanda, 2022) Konstruksi realitas media online terhadap nama ibu kota “Nusantara” Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi. Penelitian ini berfokus pada

menganalisis pemberitaan tentang pemberitahuan oleh media terhadap isu pemilihan nama “Nusantara” sebagaimana nama ibu kota yang baru. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan wawancara dengan beberapa informan dari beberapa media. Persamaan ini ada pada penggunaan teori yaitu teori konstruksi realitas sosial. Hasil penelitian adalah dengan tujuh media yang digunakan untuk mengamati perubahan tersebut menampilkan adanya hasil konstruksi yang berbeda untuk membingkai nusantara sebagai nama ibu kota Indonesia yang baru.

Penelitian keempat oleh (Yudha Catur Pamungkas, Agoes Moh Moefad, Ryan Purnomo, 2024). Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi Jayapagus Press Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin. Penelitian ini berfokus tentang penelusuran tentang media yang bisa membentuk persepsi publik, identitas budaya dan norma sosial dalam konteks Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial, konvergensi media dan analisis pembingkai. Metode yang digunakan adalah pendekatan secara kualitatif dan mewawancarai beberapa informan. Persamaan penelitian ada pada penggunaan teori konstruksi realitas sosial. Penelitian ini menemukan adanya keberagaman interaksi antara media tradisional dan digital dalam mengambil peran untuk membangun realitas sosial di Indonesia.

Penelitian kelima dari (Ferry Ahi Dharma, 2018). Konstruksi Realitas Sosial Pemikiran L. Berger tentang kenyataan sosial Kanal : Jurnal Ilmu Komunikasi. Meneliti tentang pemahaman tentang apa yang bisa disebut nyata bagi masyarakat menurut pandangan berger yang membentuk teori konstruksi realitas sosial dan membaginya menjadi tiga yaitu eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi. Penelitian ini berfokus pada memahami apa yang nyata bagi masyarakat, dan berger membentuk teorinya tentang konstruksi realitas dan membaginya menjadi tiga tahapan yaitu eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi. Teori yang digunakan yaitu teori konstruksi realitas sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur. Persamaan penelitian ada pada penggunaan teori konstruksi realitas sosial. Hasil penelitian ini adalah masyarakat dibentuk oleh individu yang kemudian individu tersebut juga harus memasyarakatkan dirinya melalui

internalisasi atau peresapan kembali nilai- nilai atau norma norma yang sudah terbentuk dalam masyarakat.

Penelitian keenam oleh (Umi Marufah, 2024). Konstruksi Sosial Komunikasi dalam Konflik PSN Rempang Eco-City, berdasarkan teori Peter L. Berger dan Thomas Luckman Jurnal Riset Komunikasi. Penelitian ini berfokus pada Membahas konflik rempang Eco-City sebagai pertarungan komunikasi menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Persamaan penelitian ada pada teori yang digunakan adalah teori konstruksi realitas sosial Walaupun membahas langsung tentang bagaimana konstruksi realitas sosial bisa mengubah pandangan, tapi disini kita bisa melihat bagaimana dampak dari konstruksi realitas sosial.

Keenam penelitian terdahulu ini relevan dengan topik penelitian ini karena berada dalam ruang lingkup yang sama mulai dari teori maupun topik yang sedang diteliti. Mulai dari kesamaan teori yang menggunakan teori konstruksi realitas sosial dan juga topik penelitian yang berupa judi online sebagai dasar penelitiannya, dan juga penelitian yang menggunakan media yang sama berupa media baru sebagai perantara yang diteliti instagram dan juga youtube sebagai media informasi yang kerap digunakan oleh masyarakat banyak

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Analisis resepsi mahasiswa UNY mengenai nilai-nilai Nasionalisme dalam film Susi Susanti – love all	Analisis Resepsi Audiens terhadap Film Aladdin dalam Memaknai Komunikasi Orang Tua dan Anak	Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru”	Analisis Resepsi Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UNISBA Terhadap Video “Mendebat Si Pawang Hujan”	Mediamorfosis Itu Bernama Booktube: Analisis Resepsi terhadap Penonton Booktube	Audience readings and meaning negotiation in the film viewing space: An ethnographic study of Nollywood’s viewing center audiences.
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Aldi Heru Triananda; 2024; Jurnal Ilmu Komunikasi	Novita Ika Purnamasari; 2020; Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia.	Mega Pertiwi, Ida Ri’aeni, dan Ahmad Yusron, 2020, Jurnal Audiens.	Mira Kumala Sari dan Sandi Ibrahim Abdullah; 2022; Jurnal Ilmu Komunikasi	Andalusia Neneng Permatasari, Izni Nur Indrawati Maulani, Nurrahmawati,	Onotina Jeiva Elinwa (2020), diterbitkan oleh SAGE Open (SAGE Publications)

						dan Ferry Darmawan; 2021; Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro	
3.	Fokus Penelitian	Mengetahui pemahaman bagaimana mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta memaknai nilai-nilai nasionalisme dalam film Susi Susanti Love All.	Penelitian ini berfokus pada bagaimana audiens yang khususnya merupakan orang tua untuk memaknai pesan film Aladdin terkait komunikasi keluarga dan kebebasan anak dalam memilih pasangan hidup.	Menganalisis resepsi interpretasi penonton terhadap konflik keluarga yang ditampilkan dalam film Dua Garis Biru	Menganalisis bagaimana mahasiswa memaknai pesan dalam konten media digital (podcast) serta bagaimana mereka menyetujui atau menolak makna yang disampaikan komunikator.	Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana audiens memaknai fenomena Booktube sebagai bentuk perkembangan media, serta melihat cara generasi digital dalam memahami,	Penelitian ini berfokus pada bagaimana penonton mengonstruksi dan menegosiasikan makna sosial terhadap film yang mereka tonton di ruang tontonan kolektif (viewing centers) di Nigeria. Elinwa meneliti

						menggunakan, dan merespons media tersebut dalam bentuk konteks literasi	bagaimana interaksi sosial, pengalaman bersama, dan latar budaya memengaruhi cara penonton memahami pesan-pesan sosial dalam film Nollywood.
4.	Teori	Teori Analisis Resepsi Stuart Hall	Menggunakan teori encoding-decoding Stuart Hall dan konsep audiens aktif, yang memandang bahwa khalayak secara aktif menafsirkan pesan media berdasarkan	Teori Analisis Resepsi EncodingDecoding Stuart Hall.	Teori Analisis Resepsi Stuart Hall, Teori Konvergensi Media, Teori New Media, Konsep Mediamorfosis (Roger Fidler)	Teori Representasi (Stuart Hall) & Teori Stereotip Gende	Teori Konstruksi Realitas Sosial Berger & Luckman

			pengalaman sosial mereka				
5.	Metode Penelitian	Kualitatif Deskriptif	Analisis Resepsi Kualitatif	.Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif dengan pendekatan etnografi.
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan meneliti bagaimana pemaknaan penonton terhadap pesan dalam sebuah film	Penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan kedua nya menggunakan pendekatan resepsi untuk melihat bagaimana audiens membangun makna terhadap pesan film berdasarkan latar belakang pengalaman dan budaya	Penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan keduanya menggunakan teori resepsi Stuart Hall, pendekatan kualitatif, serta mengkaji pemaknaan audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui film	Penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan kedua keduanya melihat bagaimana media menjadi ruang konstruksi makna yang tidak diterima secara pasif oleh audiens.	Penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan kedua nya menggunakan kerangka resepsi untuk mengidentifikasi posisi pemaknaan audiens terhadap teks media.	Penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan meneliti bagaimana penonton membangun makna setelah menonton film.

7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Konteks yang diangkat.	Penelitian terdahulu menyoroti relasi komunikasi keluarga dan pemilihan pasangan.	Topik penelitian dan subjek penelitian	Topik penelitian dan subjek penelitian Penelitian terdahulu menggunakan objek kajian berupa podcast sedangkan penelitian ini menggunakan live streaming sebagai media fokus penelitiannya	Penelitian terdahulu berfokus pada fenomena Booktube dan menekankan pengalaman penggunaan media. Sedangkan penelitian yang dilakukan berfokus pada konstruksi realitas promosi judi online pada live streaming MPL Indonesia	Penelitian terdahulu berfokus pada interaksi sosial langsung di ruang tontonan kolektif.
----	---	------------------------	---	--	--	--	--

8.	Hasil Penelitian	Latar belakang penonton sangat mempengaruhi hasil decoding. Pemaknaan penonton tidak selalu sama dengan makna yang dengan review dari para selebgram. dimaksud pembuat film, penerimaan pesan dipengaruhi sangat oleh profil psikologi dan karakteristik perilaku penonton.	Audiens tidak pasif, melainkan mengaitkan pesan film dengan realitas kehidupan mereka. Terjadi pergeseran pola komunikasi orang tua yang lebih terbuka terhadap anak, meskipun nilai budaya tetap menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada adegan konflik pertama dan kedua posisi penonton didominasi oleh dominantindonesia yang baru hegemonic position, sedangkan pada adegan konflik ketiga didominasi oleh oppositional position. Temuan tersebut menunjukkan bahwa interpretasi penonton dipengaruhi oleh nilai.	Penelitian menemukan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi oppositional reading, yang memahami pesan tetapi menolak makna yang ditawarkan karena dipengaruhi pengalaman pribadi masing-masing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memaknai Booktube secara beragam. Sebagian audiens menganggap Booktube hanya sebagai konten YouTube biasa yang tidak dapat menggantikan resensi buku konvensional, sementara sebagian lainnya melihat Booktube sebagai komunitas literasi yang mendorong minat membaca.	makna film dibentuk melalui negosiasi sosial antar-penonton. Faktor seperti pengalaman hidup, latar sosial, dan dinamika kelompok dalam ruang tontonan berperan penting dalam membentuk interpretasi yang beragam terhadap pesan film. Penonton tidak hanya memahami film berdasarkan teksnya, tetapi juga diskusi,
----	-------------------------	---	--	--	--	--	---

						Booktube dipahami sebagai bentuk mediamorfosis, yaitu transformasi aktivitas membaca yang awalnya bersifat soliter menjadi aktivitas sosial berbasis digital.	kolektif, melalui reaksi dan konteks sosial di sekitarnya. Penelitian ini menegaskan bahwa konstruksi makna sosial bersifat dinamis, kontekstual dan tidak tunggal
--	--	--	--	--	--	--	---

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Teori Resepsi Stuart Hall

Resepsi merupakan pendekatan yang berfokus pada bagaimana khalayak menafsirkan, mereproduksi, dan membangun hubungan dengan teks media yang mereka konsumsi. Dalam pandangan ini, audiens tidak diposisikan sebagai penerima pesan yang pasif, melainkan sebagai subjek aktif yang secara sadar membentuk makna berdasarkan pengalaman pribadi, latar sosial, dan budaya yang dimiliki. Pendekatan tersebut berlandaskan pada model encoding–decoding yang diperkenalkan oleh Stuart Hall sebagai dasar utama dalam studi resepsi. Model ini menjelaskan proses pembentukan pesan, mulai dari tahap pengkodean oleh produsen media hingga proses pemaknaan oleh audiens yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya di sekitarnya (Hall et al., 2003a). Dengan demikian, teori resepsi atau pemaknaan pembaca menitikberatkan perhatian pada proses penerimaan dan penafsiran pesan oleh khalayak, bukan pada pihak pengirim pesan, karena makna yang dihasilkan sangat bergantung pada latar budaya serta pengalaman hidup masing-masing individu.

Model teori ini menegaskan bahwa makna yang dikonstruksi oleh pengirim pesan (encoded) tidak selalu diterima dan dipahami dengan cara yang sama oleh penerima pesan (decoded). Menurut Stuart Hall, proses encodingdecoding dalam komunikasi tidak berlangsung secara linear, karena audiens memiliki peran aktif dalam menafsirkan pesan media sesuai dengan latar belakang sosial dan pengalaman yang mereka miliki. Hall juga menjelaskan bahwa proses pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh tiga unsur utama, yaitu *frameworks of knowledge*, *structure of production*, dan *technical infrastructure*. *Frameworks of knowledge* berkaitan dengan kerangka pengetahuan individu, seperti pengalaman hidup, pendidikan, budaya, nilai, serta pemahaman terhadap suatu isu yang menjadi dasar dalam menafsirkan pesan media. *Structure of production* mengacu pada kondisi sosial, ekonomi, ideologi, dan relasi kekuasaan yang mempengaruhi proses produksi media, termasuk hubungan antara audiens dan pembuat pesan. Sementara itu,

Technical infrastructure erhubungan dengan media atau teknologi yang digunakan dalam menyampaikan pesan, karena setiap media memiliki karakteristik berbeda yang dapat mempengaruhi cara audiens memahami isi pesan tersebut. Oleh karena itu, Stuart Hall memandang bahwa makna media tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk melalui proses interpretasi audiens yang dipengaruhi oleh pengetahuan, kondisi sosial, serta media komunikasi yang digunakan (Apsari & Darmastuti, 2025). Perbedaan penafsiran ini muncul karena banyak faktor yang mempengaruhi cara setiap individu membaca suatu pesan. Menurut Stuart Hall (1980:128) dalam (Ghassani & Nugroho, 2019), dalam proses decoding pesan media, khalayak dapat menempati tiga posisi pemaknaan, yakni posisi hegemonik dominan, negosiasi, dan oposisi.

1. Dominant-Hegemonic Code

Posisi dominant hegemonic menggambarkan kondisi ketika audiens menerima dan memaknai pesan media secara utuh sesuai dengan makna preferen yang telah dikonstruksi oleh produsen atau institusi yang memiliki otoritas dalam produksi pesan. Pada posisi ini, khalayak cenderung menyerap pesan tanpa melakukan penolakan maupun penafsiran ulang, karena makna yang disampaikan selaras dengan nilai, ideologi, serta keyakinan yang telah mengakar dalam struktur sosial masyarakat. Dengan demikian, pesan media berfungsi memperkuat dominasi ideologis yang sudah ada dan diterima sebagai sesuatu yang wajar atau normal (Hall et al., 2003b).

2. Negotiated Code

Pada posisi ini, audiens tidak sepenuhnya menerima maupun menolak makna dominan yang disampaikan oleh media. Khalayak melakukan proses negosiasi dengan menerima sebagian pesan, sementara bagian lainnya ditafsirkan kembali sesuai dengan pengalaman, kebutuhan, dan perspektif pribadi yang dimiliki. Karena itu, makna yang terbentuk bersifat dinamis dan kontekstual, sehingga dapat berbeda pada setiap individu tergantung pada latar belakang sosial serta pengalaman hidup mereka (Hall et al., 2003b).

3. Oppositional Code

Posisi ini muncul ketika audiens memahami makna dominan yang dibangun oleh media, tetapi secara sadar memilih untuk menolak dan menafsirkan pesan tersebut dengan cara yang berlawanan. Dalam pembacaan oposisi, khalayak tidak hanya menerima isi pesan, tetapi juga melakukan kritik terhadap ideologi yang mendasari teks media. Posisi ini biasanya berkembang melalui kesadaran kritis dan pandangan sosial tertentu, terutama ketika audiens memiliki nilai, pengalaman, atau perspektif yang tidak sejalan dengan ideologi dominan yang disampaikan media (Hall et al., 2003b)

Dalam perkembangan studi media modern, Stuart Hall tidak hanya melihat audiens sebagai penerima pesan semata, tetapi sebagai *active audience* atau khalayak aktif yang mampu menafsirkan media secara kritis. Audiens dianggap memiliki latar belakang sosial, budaya, pendidikan, pengalaman hidup, hingga nilai pribadi yang mempengaruhi cara mereka memahami pesan media. Karena itu, pesan yang diterima tidak selalu dimaknai sesuai dengan tujuan pembuat media. Hall menjelaskan bahwa komunikasi bukanlah proses satu arah dari pengirim kepada penerima, melainkan proses yang dinamis karena melibatkan interpretasi aktif dari audiens. Dalam hal ini, audiens tidak hanya menjadi konsumen media, tetapi juga ikut membentuk makna sosial dari media yang mereka konsumsi.

Active audience muncul sebagai kritik terhadap pandangan lama yang menganggap khalayak bersifat pasif dan mudah dipengaruhi media. Dalam teori resepsi Stuart Hall, audiens justru memiliki kemampuan untuk menerima, menolak, atau menegosiasikan pesan berdasarkan pengalaman sosial yang mereka miliki. Perbedaan kelas sosial, lingkungan keluarga, budaya, gender, hingga pengalaman emosional dapat mempengaruhi cara seseorang memaknai pesan media. Karena itu, pesan yang ada di media bisa diartikan menjadi dua arti oleh dua orang meskipun melihat teks media yang sama. Hal ini

menunjukkan bahwa makna media tidak bersifat tunggal, tetapi terus dibentuk kembali melalui interaksi antara teks media dan pengalaman audiens.

Stuart Hall juga menilai bahwa media memiliki hubungan yang erat dengan ideologi. Media tidak pernah benar-benar netral karena setiap teks media membawa nilai, sudut pandang, dan kepentingan tertentu dari pembuatnya. Dalam proses encoding, produsen media memasukkan preferred meaning atau makna dominan ke dalam teks yang diproduksi. Preferred meaning merupakan makna yang diharapkan dapat diterima audiens sesuai dengan perspektif tertentu. Dalam sebuah promosi, makna dominan tersebut dapat terlihat melalui kata – kata, susunan kalimat, visual yang secara tidak langsung mengarahkan audiens untuk memahami realitas dari sudut pandang tertentu.

Namun, Hall menegaskan bahwa preferred meaning tidak selalu diterima secara utuh oleh audiens. Penonton memiliki kemungkinan untuk melakukan negosiasi makna berdasarkan pengalaman sosial dan budaya yang mereka miliki. Dalam proses tersebut, audiens dapat menerima sebagian pesan media, tetapi juga menolak atau menyesuaikan bagian lainnya agar selaras dengan nilai dan keyakinan pribadi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi media tidak hanya berfungsi sebagai proses penyampaian pesan, melainkan juga sebagai ruang terjadinya pertarungan makna antara media dan audiens. .

2.3. Landasan Konsep

2.3.1 New Media

Media sosial sebagai salah satu yang termasuk dalam kategori New Media, yang dapat diartikan sebagai media yang terdiri dari berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memiliki ciri-ciri yang sama yang dimana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi dapat digunakan sebagai alat komunikasi (McQuail, 2009). YouTube merupakan salah satu dari new media yang menggabungkan beberapa fitur teknologi yang membuat kita

bisa berkomunikasi langsung satu dengan yang lainnya. YouTube sebagai salah satu media baru dan media digital mengambil peran yang penting pola komunikasi yang modern. Tidak hanya sekedar menampilkan visual tetapi juga bisa menjadi sebuah sarana komunikasi yang mengajak penggunanya untuk lebih interaktif dan partisipatif. Peran YouTube sebagai salah satu media baru dalam membentuk budaya masyarakat sudah tidak dapat disangkal, terlebih lagi media online yang menjadi garda terdepan dalam pembentukan realitas sosial, opini publik, perilaku sosial, dan bahkan yang bisa membangun komunitas sosial (Fitriantah, 2018, Rizky Maulana, 2025).

Fitur yang menjadi sorotan dari YouTube merupakan *Live Streaming*, yang memungkinkan adanya interaksi secara *real-time* oleh penyiar dan juga penonton. Fitur ini memungkinkan adanya interaksi secara langsung oleh penonton ke penyiar tanpa melalui tahapan seperti editing dan juga unggahan. Dalam *live streaming* memberikan beberapa fitur tambahan seperti donasi, live chat dan juga share media memungkinkan penonton tidak hanya sebagai penonton yang pasif melainkan sebagai penonton yang aktif berkomunikasi (Agustina, 2018, Rizky Maulana, 2025).

Dalam konteks penelitian ini, YouTube dari MPL Indonesia sebagai salah satu media baru digunakan sebagai tempat dilakukannya *Live Streaming*. Media ini adalah tempat awalnya penelitian ini berlangsung yang memperlihatkan adanya kemunculan promosi judi online melalui live chat *streaming* MPL Indonesia yang secara menerus dengan intensitas yang sangat banyak. Promosi secara terus menerus ini dinilai bisa membuat adanya perubahan pandangan terhadap judi online oleh masyarakat atau penonton yang sedang menonton. Teori konstruksi realitas sosial digunakan untuk memperlihatkan langsung bagaimana tahapan – tahapan yang membuat fenomena ini bisa membentuk pandangan dan persepsi baru tentang judi online.

2.3.2 Live Streaming

Streaming adalah sebuah metode transfer data yang digunakan saat menonton video di internet (Inoue et. al, 2010). *Live Streaming* dapat diartikan sebagai sebuah tayangan atau video yang ditampilkan ke internet secara *real time*, tanpa melewati tahap rekam terlebih dahulu. *Live Streaming* sendiri bisa mengacu pada bentuk sebuah siaran yang terkoneksi dengan banyak pengguna sekaligus. Fungsi media dari platform *live streaming* adalah menghadirkan pengalaman yang mendalam dan daya tarik yang kuat kepada audiens mereka.

Live Streaming sendiri saat ini sangat populer di berbagai tempat di dunia, dan banyak platform *live streaming* populer dan booming, seperti Instagram live, Facebook Live, Youtube Live, Bigo, Tiktok, dan banyak lainnya. *Live Streaming* sendiri menjadi sangat menarik dan mudah untuk dinikmati dikarenakan *live streaming* sendiri merupakan sebuah kombinasi media *streaming* yang berisikan gabungan dari teknologi internet dan juga audio-video. Secara tidak langsung keberadaan dari *live streaming* membawa kemudahan untuk belajar, bekerja dan membantu komunikasi marketing (M. Wang & Li, 2020). Perubahan ini membawa *live streaming* menjadi sebuah bentuk baru komunikasi jaringan dalam waktu yang nyata antara host dan pemirsa (Inoue et al, 2010). Membentuk komunikasi yang baru tidak hanya dalam bentuk komunikasi yang berbentuk reaksi tetapi bisa juga berinteraksi langsung dalam bentuk komentar. Komentar tersebut kemudian bisa menjadi penghubung langsung antara apa yang ada dipikiran penonton dituangkan dalam bentuk kata – kata dan lebih mudah untuk dimengerti (Sun et al, 2019)

Menurut Zhang & Wang (2017) ada beberapa ciri khas dari *live streaming* dimulai dari cara penyiaran, produksi dan model keuntungan. Pertama, cara penyiaran sendiri yang bisa dibilang mudah dikarenakan perkembangan teknologi informasi dan juga teknologi pintar memudahkan semua orang dan memungkinkan untuk setiap orang bisa menjadi host dari *live streaming*. Kedua, produksi dari *live streaming*

dilakukan dengan proses desentralisasi, dimana tingkat produksi dari *live streaming* tidak sama lagi dengan media tradisional yang membutuhkan standar terpadu, penyensoran berat sebelum ditayangkan, latar belakang pendidikan dan hal yang berkaitan sehingga membuat semua orang bisa berpartisipasi di *live streaming* baik itu penonton dan host dalam membuat interaksi yang meramaikan *live streaming*. Pilihan konten sudah menjadi bebas dikarenakan tidak ada batasan tertentu dalam produksinya. Terakhir, model keuntungannya *live streaming* terus digeneralisasikan dan mempromosikan sehingga mendapatkan manfaat ekonomi.

Dalam penelitian ini bisa dilihat bagaimana *live streaming* sendiri menjadi sarana utama penelitian. *Live Streaming* yang memudahkan adanya interaksi tidak hanya host dengan penonton tetapi membentuk interaksi penonton dengan penonton. Dalam konteks *Live Streaming* MPL Indonesia, interaksi yang paling banyak adalah penonton dengan penonton melalui kolom komentar yang berisikan adanya ujaran senang, sedih dan emosi lainnya dalam menanggapi permainan yang berlangsung. Tetapi interaksi ini juga bisa dimanfaatkan oleh brand untuk promosi dengan kepentingan sendiri. Judi online salah satunya memanfaatkan hal ini interaksi ini untuk melakukan promosi mereka dengan intensitas yang terus menerus. Bermodalkan kalimat “win trus” , “Jackpot (JP)”, “menangkan jutaan sampai puluhan juta dengan mudah”. Interaksi seperti ini bisa dinilai sebagai satu hal yang dinormalisasi dan mengubah pandangan penonton *live streaming* MPL Indonesia dalam industri e-sport.

2.3.3 Judi Online

Judi Online merupakan hal yang melenceng baik secara hukum maupun secara agama. Perjudian merupakan aktivitas permainan yang melibatkan taruhan, di mana peserta memasang taruhan untuk memilih satu opsi dari berbagai alternatif yang tersedia. Hanya satu pilihan yang tepat dan menjadi pemenang, sementara peserta yang kalah wajib menyerahkan taruhannya kepada pemenang. Aturan permainan dan nominal taruhan

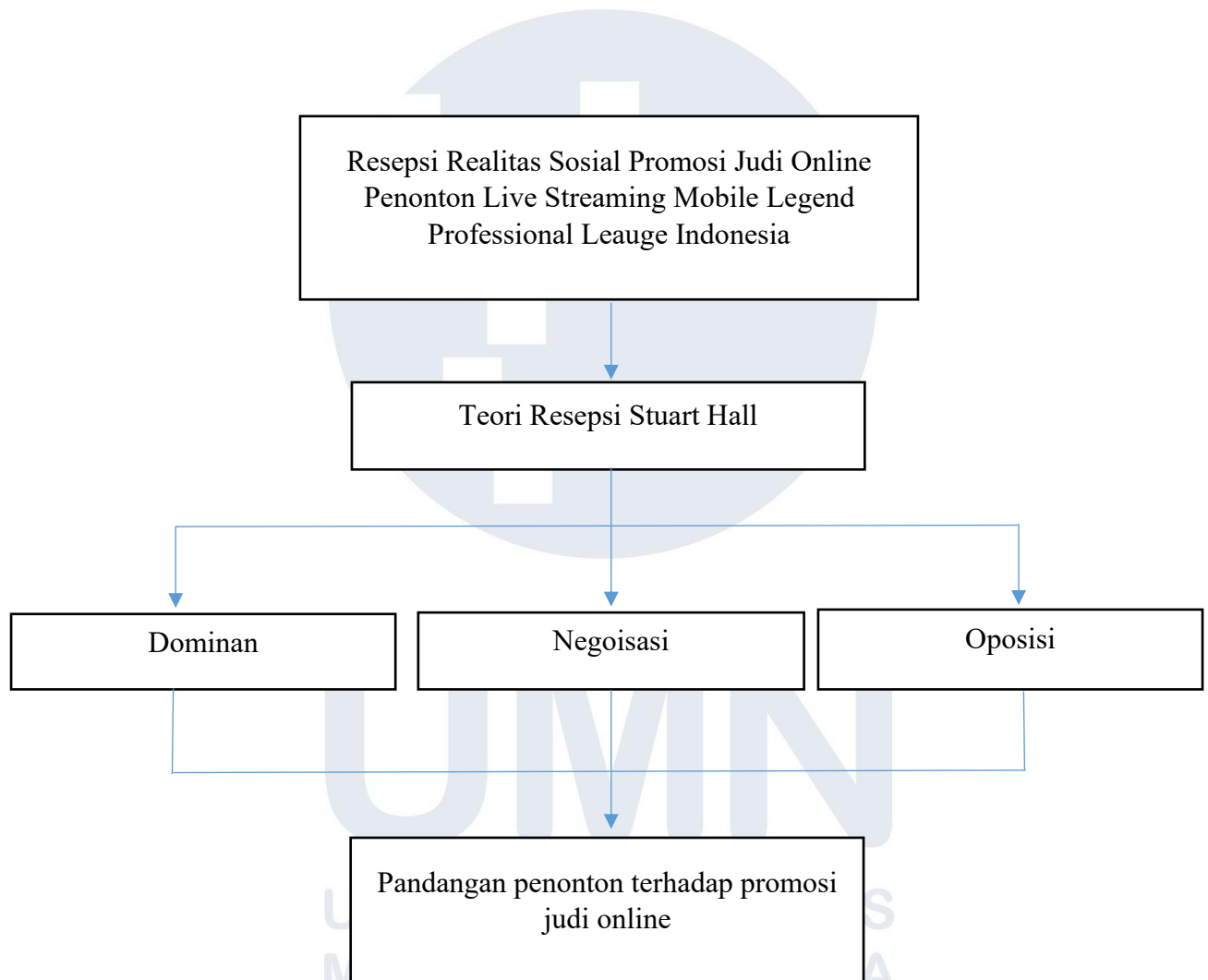
ditetapkan sebelum permainan dimulai untuk memastikan kejelasan bagi semua pihak. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, judi didefinisikan sebagai permainan yang menggunakan uang atau benda berharga sebagai taruhan, seperti permainan dadu dan kartu. Adapun judi online adalah bentuk perjudian yang dilakukan melalui perangkat elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai media perantaranya. Dalam Pasal 303 Ayat 3 KUHP menjelaskan judi merupakan setiap bentuk permainan yang kemungkinan dapat memperoleh sebuah keuntungan dari faktor keberuntungan

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa judi online adalah aktivitas permainan yang menggunakan uang sebagai alat taruhan dengan aturan permainan dan jumlah taruhan yang ditetapkan oleh penyelenggara judi, tetapi memanfaatkan perangkat elektronik dengan akses internet sebagai perantara komunikasi dan transaksi. Judi online memiliki sifat adiktif yang menyerupai candu. Aktivitas ini biasanya dimulai dari rasa ingin tahu atau coba-coba, namun setelah pelaku merasakan kemenangan, hal tersebut akan memicu hasrat atau keinginan yang kuat untuk terus mengulangi aktivitas tersebut. Bahkan, pelaku cenderung meningkatkan jumlah taruhan yang dipasang dengan harapan memperoleh keuntungan yang lebih besar lagi. Aktivitas judi online dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa batasan waktu dan tempat, asalkan pelaku memiliki beberapa syarat utama. Syarat tersebut meliputi ketersediaan waktu luang yang cukup, dana yang tersimpan di rekening bank sebagai modal taruhan, serta perangkat komputer atau smartphone yang dilengkapi dengan koneksi internet stabil sebagai sarana untuk mengakses platform judi online (Hasibuan, 2017).

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini disusun melalui adanya fenomena promosi judi online di kolom komentar live streaming yang bisa berdampak perubahan pandangan tentang promosi judi online. Berangkat dari fenomena tersebut, peneliti berupaya

untuk melakukan kajian yang lebih mendalam melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori resepsi stuart hall. Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana penonton membangun dan memaknai realitas sosial terkait promosi judi online di live streaming MPL Indonesia,



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran

Sumber : Data Olahan (2026)