

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

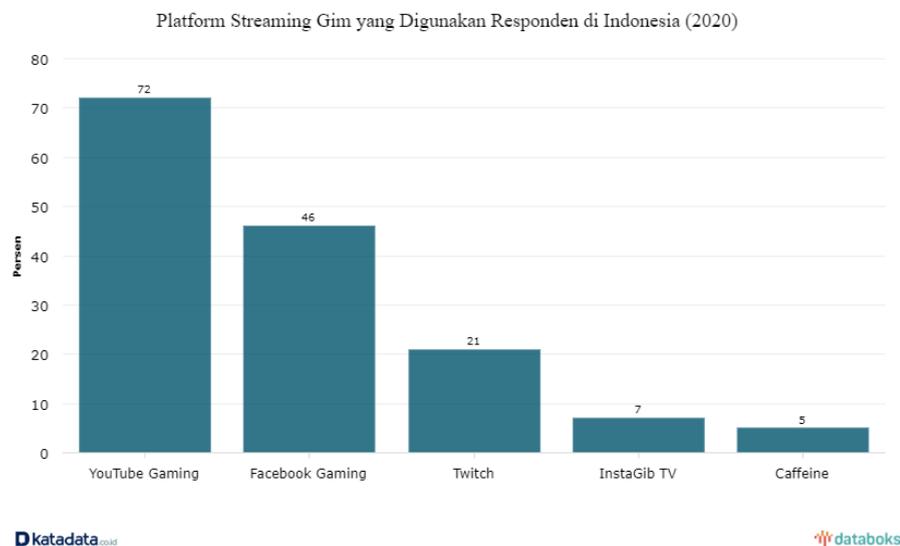
*Live streaming* adalah suatu kegiatan di mana individu dapat menyiarkan diri mereka secara langsung atau *real-time*, dari membagikan pengalaman kesehariannya, sampai melakukan sebuah *talk show*, melalui media sosial atau dalam situs *live streaming* yang disebut sebagai *Social Live Streaming Services* (SLSS) (Lu et al., 2018). Smith et al. (2013) menjelaskan bahwa *live streaming* telah berkembang sehingga para *creator*-nya dapat membuat konten apa saja, dan *video game live streaming* menjadi salah satu konten paling populer dalam sektornya.

Dalam konteks Indonesia, *video game livestreaming* telah menjadi salah satu faktor dalam perkembangan industri *video game* tanah air. Dalam artikel Kompas (Nidya, 2020), Presiden IESPL Giring Ganesha menjelaskan bahwa industri *video game* Indonesia, seperti e-sport, sedang meningkat pesat, dan salah satu faktor pendorongnya adalah berkat besarnya peminat *game* tanah air untuk juga menonton konten *gaming* di media-media digital. Tak hanya itu, dalam artikel yang dipublikasi oleh SWA (Banirestu, 2023), Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga S. Uno menjelaskan bahwa platform *livestreaming* telah menjadi sarana komersial baru bagi mereka yang berkecimpung di dalamnya, terutama para *content creator*, sebagaimana sektor yang sedang berkembang ini dapat menjadi sumber penghasilan bagi para pegiatnya, sekaligus layanan hiburan masyarakat. *Live streaming* membukakan peluang bagi para peminatnya untuk menjadikan hobi sebagai sumber pemasukan finansial, bahkan sebuah *full-time career*, di mana pendapatannya sangat berorientasi kepada jumlah *views* atau *audience*, *subscription*, dan *donation* (Woodcock & Johnson, 2019).

Twitch adalah platform *live streaming* ternama untuk menyiarkan serta menonton konten *video game*, seperti e-sport dan permainan lainnya (Lontaan, 2022). Berdiri pada tahun 2007 yang sebelumnya dikenal sebagai Justin.TV, hingga saat ini Twitch masih mengakumulasi jumlah rata-rata penonton seluruh dunia yang amat masif. Berdasarkan website TwitchTracker.com, per Desember 2022 Twitch memiliki jumlah rata-rata *concurrent viewers* (penonton dalam waktu yang sama) sebanyak 2,57 juta penonton dengan 6,9 juta *live streamer* aktif di seluruh dunia. Berbeda dengan platform lain, Twitch pada dasarnya adalah sebuah platform khusus konten

*livestreaming gaming*. Di dalam sebuah *livestream*, audiens tidak hanya dapat menonton sebuah konten yang disiarkan secara *real-time*, tetapi juga berinteraksi satu sama lain dengan pengguna lainnya, bahkan sang *streamer* secara langsung melalui fitur *chat* yang tersedia.

Dikenal sebagai platform *livestreaming* terbesar di dunia, popularitas Twitch sebagai platform *livestreaming* konten *video game* ternyata tidak tercerminkan di Indonesia. Twitch tidak terlalu populer di Indonesia, masih dibayangi oleh situs lain seperti YouTube dan Facebook Gaming. Hal tersebut pun dapat dilihat berdasarkan data riset yang disajikan Databoks dan Katadata (2020) tentang platform *streaming video game* di Indonesia. Datanya menyebutkan bahwa Youtube Gaming dan Facebook Gaming merupakan kedua platform terbesar yang diketahui dan digunakan oleh masyarakat Indonesia, keduanya tercatat pada 72% dan 46% secara berurutan. Sedangkan Twitch hanya mencatat 21% dari jumlah responden yang mengetahui tentang platform tersebut.



GAMBAR 1.1 Platform Streaming *Video Game* yang Digunakan Responden di Indonesia (2020)

Sumber:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/26/youtube-gaming-jadi-platform-streaming-gim-terpopuler-di-indonesia>

Data ini juga dapat didukung oleh pernyataan COO Twitch sendiri saat menjadi pembicara dalam acara IDBYTE 2019 di Jakarta. Menurut artikel Hybrid (Amalia, 2019), COO Twitch Kevin Lin mewajarkan ketidakpopuleran Twitch di Indonesia karena adanya perbedaan minat masyarakat yang besar dalam konten *video game*. Selain itu, studi dari Hidayanto (2020) menjelaskan bahwa kendala *gamers* Indonesia dalam menguasai bahasa asing menjadi alasan mayoritasnya tidak memilih Twitch untuk mengonsumsi konten *video game*, sebagaimana pengguna Twitch memang masih didominasi oleh pengguna internasional yang berbahasa Inggris.

Meskipun demikian, Twitch tetap turut berkembang di tanah air. Data dari TwitchTracker menunjukkan bahwa secara akumulatif, jumlah penonton rata-rata dari 20 *livestreamer* Twitch terbesar di Indonesia per Desember 2022 hanyalah 927 pengguna. TwitchTracker juga menunjukkan bahwa hanya tercatat sekitar 370 jumlah *livestreamer* Indonesia dalam Twitch per Desember 2022. Meskipun tidak sebesar platform *live streaming* lain, masih terdapat jumlah pengguna, seperti penonton, bahkan *livestreamer* Indonesia yang turut aktif dalam kanal tersebut. Baik dalam membuat konten, maupun mengkonsumsinya. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya suatu daya tarik tersendiri, baik dalam platform tersebut, maupun dari para *livestreamer* Twitch Indonesia, untuk tetap memilih Twitch sebagai platform untuk melakukan *livestreaming*, terlepas dari eksistensinya yang minim di tanah air.

Inilah alasan utama dari pelaksanaan riset. Eksistensinya yang hampir tidak tercerminkan di Indonesia, termasuk dalam jumlah literatur akademik, menjadikan Twitch menarik untuk diteliti sebagai platform *video game livestreaming* terbesar di dunia, mengingat fenomena peningkatan industri *game* tanah air belakangan ini, termasuk dalam sektor pembuatan kontennya. Adanya perkembangan pengguna Twitch di Indonesia juga memusatkan perhatian peneliti untuk ingin mengeksplorasi lebih dalam jika adanya daya tarik dari platform tersebut atau motif dari para *livestreamer* Twitch Indonesia sendiri dalam memilih platform yang eksistensinya minim di tanah air itu.

Telah terdapat beberapa penelitian terdahulu tentang Twitch dan *video game livestreaming* dalam literatur nasional sebelumnya, akan tetapi mayoritas dari riset tersebut masih hanya meneliti perspektif para audiens atau konsumen kontennya, seperti literatur karya Lontaan (2020) yang membahas tentang “Perilaku Belanja Uang Penonton Indonesia di Platform Livestreaming Twitch”, serta riset tulisan Ryhan dan Baskoro (2021) tentang “Motivasi Penonton Livestream di Aplikasi

Twitch”. Penelitian ini ditujukan untuk memahami fenomena *livestreaming* berdasarkan perspektif para produsen kontennya, yaitu para *livestreamer*. Khususnya pada motif yang mendorong para *livestreamer* untuk melakukan *livestreaming* serta mengapa *livestreamer* Twitch Indonesia kerap memilih platform tersebut terlepas eksistensinya yang minim di tanah air.

Penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, khususnya melalui pandangan Alfred Schutz. Rasid et al. (2021) menjelaskan bahwa fenomenologi berdasarkan perspektif Schutz merupakan sebuah metode untuk meneliti suatu fenomena melalui tindakan sosial individu, seperti pemahaman dan pengalaman dalam hidupnya. Sebagai penelitian yang hendak memahami fenomena untuk membuat konten, terutama pada sebuah platform yang kurang populer di Indonesia, menjadikan fenomenologi sebagai pendekatan yang cocok untuk menemukan jawabannya. Penelitian ini pun akan menggunakan metode wawancara semi-terstruktur kepada 6 *streamer* Twitch asal Indonesia yang hingga saat ini masih aktif memproduksi konten di platform tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan suatu upaya untuk memahami fenomena *livestreaming* yang belakangan ini sedang mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Sebagai platform *livestreaming video game* terbesar di dunia, eksistensi Twitch di Indonesia masih sangatlah minim. Namun, ia masih memiliki jumlah pengguna dan pembuat konten yang kerap berkembang di tanah air. Menggunakan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, penelitian ini diharapkan dapat mengeksplorasi perspektif para *content creator video game* di Indonesia. Terutama dalam apa yang memicunya untuk memproduksi konten, khususnya di sebuah platform yang masih kurang populer di tanah air. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas lanskap literatur akademik Indonesia tentang industri *video game* dan *content creation* yang saat ini sedang berkembang.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan guna meneliti fenomena *live streaming video game* di Indonesia, tepatnya melalui riset tentang motif para *livestreamer* Indonesia untuk melakukan aktivitas *live streaming*. Selain itu, penelitian ini hendak mencari tahu tentang motif para *livestreamer* Twitch Indonesia dalam memilih Twitch sebagai platform untuk melaksanakan *live streaming* terlepas eksistensinya yang masih minim di Indonesia dibandingkan situs *live streaming* lainnya.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Apakah motif para *livestreamer* Indonesia untuk melakukan *live streaming*?
2. Apakah motif para *livestreamer* Indonesia memilih Twitch sebagai media untuk melakukan *live streaming*?
3. Bagaimana motif-motif tersebut dimaknai oleh para *livestreamer* sebagai pegiatnya?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Harapannya agar penelitian ini dapat memperkuat lagi lanskap literatur akademik Indonesia yang mengkaji tentang industri *video game*, berdasarkan medianya serta budaya yang ada di dalamnya. Hal itu dikarenakan beberapa penelitian terdahulu yang masih hanya meneliti fenomena ini berdasarkan perspektif para audiens atau konsumennya (Lontaan, 2020; Ryhan dan Baskoro; 2021), serta yang masih membuka peluang untuk membahas lebih dalam tentang kanal-kanal penyedia kontennya (Hidayanto, 2020). Penelitian ini akan meneliti fenomena *video game live streaming* sebagai aktivitas, bahkan budaya dari perkembangan industri *video game* di tanah air, serta Twitch sebagai salah satu media konten terbesarnya, berdasarkan perspektif para pegiatnya secara langsung, yaitu para *livestreamer*.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

*Video game livestreaming* merupakan sebuah fenomena yang sedang berkembang di Indonesia, selaras dengan industri *video game* tanah air yang juga dikontribusi oleh fenomena tersebut. Harapannya penelitian ini dapat berkontribusi kepada lanskap literatur akademik Indonesia yang membahas tentang aktivitas *video game livestreaming*, dari prosesnya, budaya, serta kanal-kanal digitalnya sebagai fenomena yang sedang berkembang sangat pesat di tanah air, terutama berdasarkan perspektif dari para pegiatnya, yaitu para *livestreamer*. Hasil penelitian ini harapannya dapat memberi ilmu tentang studi perilaku dan motif bagi para pengguna media digital serta *content creator*, juga menjadi acuan untuk studi media digital, khususnya bagi para perusahaan platform *livestreaming* yang hendak memahami pasar konsumen serta produsen konten tanah air.

### 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Seluruh lokasi dan waktu penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandung, Jawa Barat. Meskipun demikian, berdasarkan metode yang diusung pada penelitian ini, pengambilan data juga dilakukan pada media virtual, seperti Discord serta situs *livestreaming* Twitch sendiri.

TABEL 1.1 Waktu Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Penelitian Pendahuluan	■							
2	Seminar Judul	■	■	■	■				
3	Penyusunan Proposal	■	■	■	■				
4	Seminar Proposal				■				
5	Pengumpulan Data					■	■	■	■
6	Pengolahan dan Analisis Data							■	■
7	Ujian Skripsi								