

BAB I

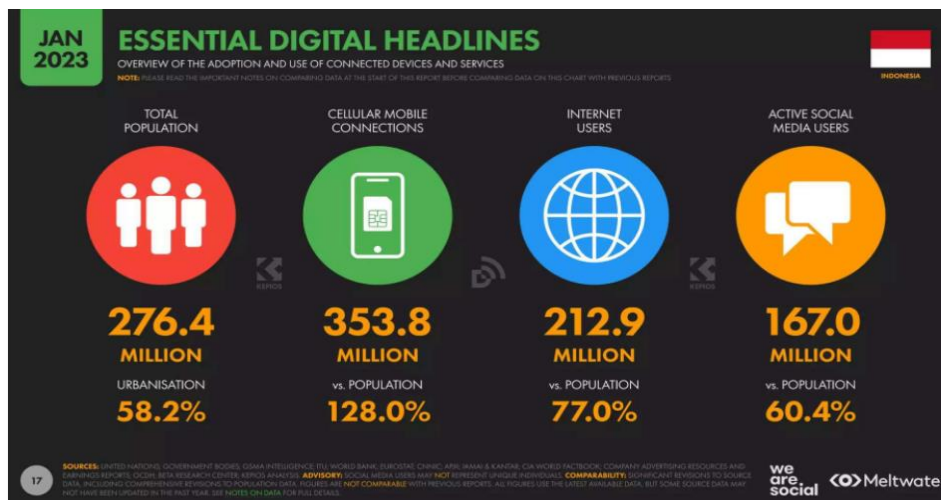
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi berkembang pesat di era globalisasi saat ini. Perkembangan itu dapat dilihat dengan munculnya *new media* atau media baru, dimana berkembangnya teknologi memudahkan aktifitas manusia untuk mencari kebutuhan akan informasi hiburan dan lainnya dari bentuk media yang “baru” (Flew, 2014, h.2014).

Internet merupakan contoh dari media baru yang merubah dan mengembangkan bagaimana manusia berkomunikasi. Internet telah menjadi salah satu sumber informasi utama dan platform komunikasi yang menjadi bagian masyarakat modern (Harumike dkk., 2021). Fenomena internet telah mengubah cara orang berinteraksi, mengakses konten, dan memenuhi kebutuhan informasi secara signifikan. Internet menjadi salah satu sumber informasi utama. Perkembangan internet dan teknologi digital terus mengalami percepatan, dalam rangka memenuhi kebutuhan ekonomi digital dunia.

Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013) internet adalah jaringan komunikasi global yang menghubungkan semua komputer di dunia, meskipun memiliki sistem operasi dan mesin yang berbeda. Dengan mengakses berbagai mesin pencari internet, pengguna dapat dengan mudah berkomunikasi dan mencari informasi serta hiburan.

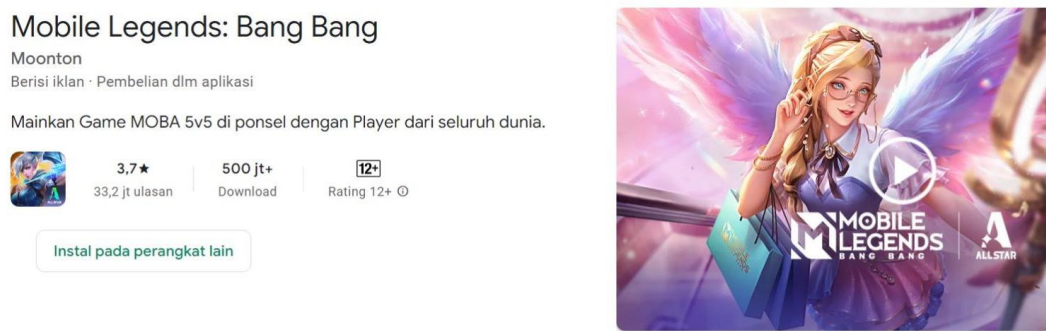


Gambar 1.1 Data pengguna Internet pada Indonesia sumber: We Are Social, 2023

Data We Are Social (2023) tentang jumlah pengguna internet di Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 meningkat dibandingkan Januari 2022. Jumlah pengguna internet Indonesia pada Januari 2022 adalah 204,7 juta pengguna, jumlah penduduk Indonesia adalah 274,4 juta dan pengguna internet telah meningkat sebanyak 212,9 juta.

Internet menyediakan berbagai fasilitas untuk berbagai situs *web* yang mencari hiburan, pendidikan, dan komunikasi (Ramadhan, 2020). Mencari hiburan bisa diperoleh melalui *gim Online* (selanjutnya peneliti akan memakai kata “gim” berasal dari kata Game yang sesuai dengan ketentuan dari KBBI) yang diakses oleh banyak pemain dimana mesin yang digunakan tersebut terhubung dengan internet (Wulan, 2016 seperti dikutip dalam Hadisaputra, 2022). Perkembangan teknologi jaringan internet yang terus maju mempengaruhi perubahan dengan banyak kemajuan yang menghasilkan banyak wadah yang mempunyai fungsinya masing-masing. Seperti gim online yang berfokus dalam mencari hiburan seperti gim

Online yang dimanfaatkan sebagai media hiburan, kesenangan, mengisi waktu luang, bahkan hingga tantangan (Achadah & Sari, 2021). atau wadah komunikasi yang ada di internet yang bernama media sosial yang merupakan teknologi yang memungkinkan orang untuk berhubungan, berinteraksi, berbagi pesan (Lewis, 2010).



Gambar 1.2 Data Mobile Legends di Google Play
Sumber: play.google.com, 2023

Mobile Legends Bang Bang merupakan salah satu gim *online* terpopuler di Indonesia. Gim mobile legends mendapatkan pencapaian *top chart* populer di playstore dengan pencapaian *top chart* urutan ke-3 di kategori *Top Free* untuk kategori *action* gim dengan unduhan sebanyak 500 juta kali dengan 33,4 juta ulasan dengan total perolehan *rating* bintang oleh pengguna sebesar 4,1 (Mobile Legends: Bang Bang - Aplikasi Di Google Play, n.d.).

Gim Mobile Legends termasuk merupakan golongan tipe MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*) yang bisa diunduh (*download*) melalui aplikasi

playstore yang tersedia di handphone. Gim Mobile Legends punya *desain* untuk saling mengalahkan antara tim, dimana tiap pengguna akan menggunakan salah satu karakter atau *hero* yang dimilikinya (Ulum, 2018)



Gambar 1.3 Mobile Legends: Bang Bang Live monthly Player Count
Sumber: Activeplayer.io, 2023

Dilansir dari Activeplayer.io 2023 jumlah pemain Mobile Legends di seluruh dunia sebanyak 74,60 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut menurun 8% dibandingkan pada Desember 2022 yang sebanyak, 80,76 juta pemain. Sedangkan Indonesia diperkirakan memiliki pemain Mobile Legends di Indonesia yang aktif pada tahun 2021 adalah 34 juta pemain.

Dengan adanya media baru, masyarakat bukan hanya menikmati bermain gim saja, melainkan bisa menonton video gim. Video gim bisa dijadikan olahraga







yang dilombakan di dunia yang disebut Esports. Esports merupakan penggunaan teknologi dalam beraktifitas yang melibatkan mental dan fisik (Wagner, 2006), yang terorganisir dengan pelatihan khusus sama seperti para pemain sepak bola profesional (Diva, 2021). Dalam pertandingan olahraga elektronik (Esports) akan diikutsertakan banyak tim yang akan bertanding satu sama lain. Dimana dalam pertandingan olahraga elektronik ini biasanya hanya akan dimainkan oleh orang profesional yang membentuk sebuah tim dalam sebuah organisasi itu sendiri (Billy, esports.id, 2020).

Esports dalam mobile legends merupakan pertandingan antara dua *team* yang membentuk kelompok dengan tujuan memenangkan pertandingan (Wahyudy,2020). Mobile Legend mempunyai Turnamen Esports yang sering diadakan dan disiarkan di Youtube, salah satu nama turnamen tersebut yaitu turnamen MPL (*Mobile legends: Bang Bang Indonesia Professional League*), turnamen resmi Mobile Legends tingkat pertama di Indonesia yang diikuti oleh tim dan pemain profesional dengan kasta tinggi yang diadakan setiap tahun. Sedangkan MDL (*Mobile legends: Bang Bang Indonesia Development League*) merupakan turnamen resmi *semi-profesional*, dimana MDL digunakan sebagai *platform* pengembangan *skill* para pemain (Medina, 2021)

Masyarakat bisa mencari sesuatu kebutuhan dan kepuasan dari suatu tempat yang disukainya, salah satu tempat penayangan gim Esports yang ada di internet ialah Twitch dan Youtube. Twitch dan Youtube merupakan salah satu tempat para *gamers* untuk melakukan *streaming* atau menonton orang lain bermain gim dan

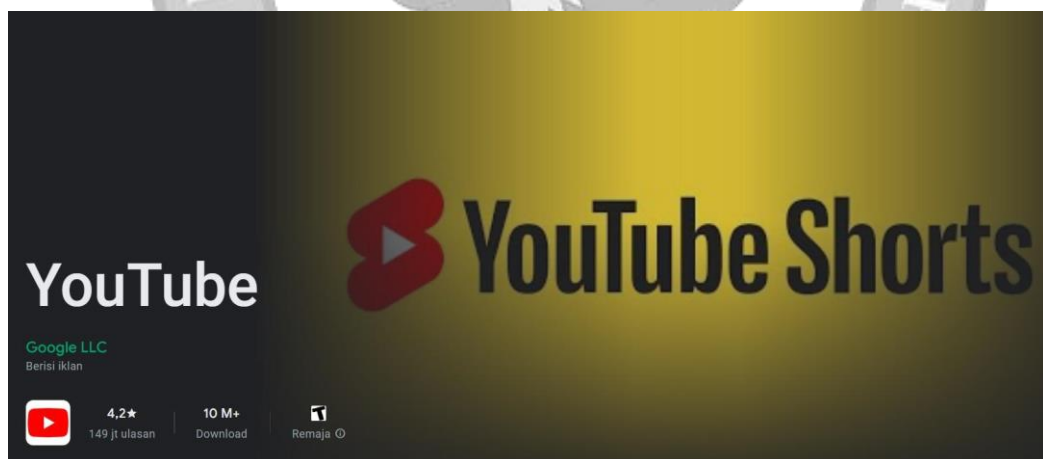
pertandingan Esports (Kurniawan, 2019, h. 3). Setiap pengguna Youtube bisa melakukan *live streaming sendiri*.

Most Visited Websites by Traffic in Indonesia for all categories, March 2023

Position	Website	Change	Visits	Pages / Visit	Bounce rate
1	 google.com	–	4,343,690,697	3.17	44.53%
2	 youtube.com	–	2,413,162,429	6.22	32.53%
3	 asurascans.com	–	519,675,289	4.11	38.51%
4	 kiryuu.id	–	432,597,410	7.27	30.77%
5	 facebook.com	↑ 1	393,758,050	3.44	55.05%
6	 twitter.com	↓ 1	379,019,903	1.92	65.36%

Gambar 1.3 Most Visited Website: Semrush ranking
Sumber: Semrush.com, 2023

Menurut data yang dihimpun *Semrush.com*, 2023 pengguna internet di Indonesia dikunjungi sebanyak lebih dari dua miliar kali, dimana urutan pertama yaitu google.com dan disusul media sosial Youtube diperingkat kedua dan Facebook di peringkat lima.



Gambar 1.4 Data Mobile Legends di Google Play
Sumber: play.google.com, 2023

Youtube merupakan salah satu dari situs *web* dan media sosial yang terkenal dan populer yang paling banyak dikunjungi. Berbagai macam konten video bisa

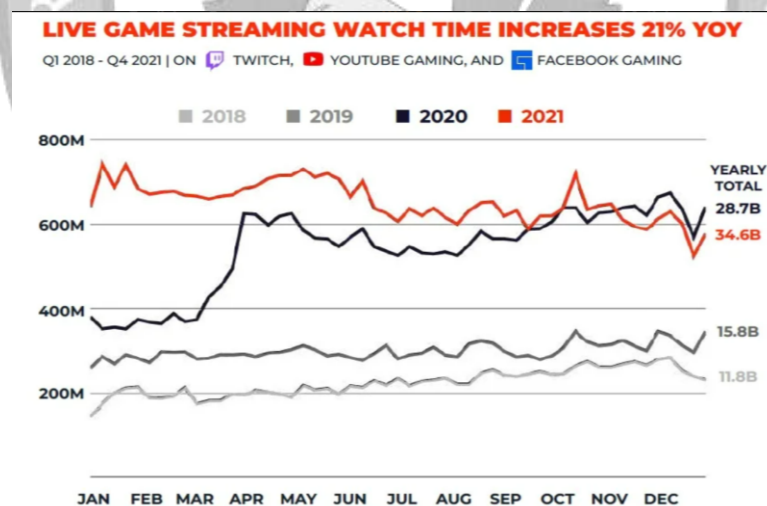
ditemukan di Youtube, selain itu banyak orang yang beralih menjadi Youtuber karena minat menonton Youtube dan menggunakan Youtube sebagai alternatif TV untuk menonton semua konten yang dipilih oleh pengguna.

Youtube memberikan layanan *live streaming* yang bisa disaksikan semua orang di seluruh dunia. Sehingga tayangan *live streaming* ini menambah kemiripan dengan tayangan yang ada di televisi (Yudihastira, h. 192, 2020). Dimana pengguna dapat memainkan gim yang ditonton langsung oleh pelanggan atau penonton. Menurut Bakti Kominfo (2019) *streaming* diartikan sebagai proses pemindahan data atau informasi dari satu pengguna ke pengguna lain, baik secara langsung maupun melalui beberapa aplikasi yang sifatnya tidak perlu melakukan pengunduhan dan akan secara langsung ditampilkan dengan menggunakan *platform digital*.

Live streaming YouTube Channel MPL Indonesia merupakan salah satu saluran Mobile legends di YouTube yang mempunyai penggemar yang banyak di Indonesia. Gim Mobile legends Indonesia mempunyai banyak saluran (*channel*) Youtube di Indonesia yang bisa diakses oleh siapa saja, nama channel tersebut ialah Mobile legends: Bang Bang Indonesia dan MPL Indonesia, kedua channel tersebut adalah salah satu channel resmi yang berada di Indonesia yang memiliki konten video yang hampir sama. Setiap musim turnamen MPL (*Mobile Legends Professional League*), saluran ini selalu menjadi ramai oleh penggemar Mobile legends di YouTube Indonesia contohnya Turnamen MPL Id musim ke sembilan mendapatkan penonton *live streaming* sebanyak 12 juta penonton. MPL Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi para pecinta Mobile Legends, khususnya pemain

dan penonton yang ingin melihat pertandingan-pertandingan yang disiarkan secara langsung (*live streaming*).

Live streaming telah menjadi salah satu bentuk hiburan online paling populer di dunia. Situs seperti Youtube *Gaming*, Twitch, dan sebagainya, menggunakan live gim (Hidayanto, 2020). Menurut Newzoo, industri video gim menghasilkan pendapatan sekitar \$138 miliar pada tahun 2018 karena kontribusi streaming video gim (Geeter, 2019; Hidayanto, 2020). Chen dan Lin (2018) menjelaskan bahwa *live streaming* adalah media yang merekam dan menyiarkan secara *real-time*. *Live streaming* menggunakan satu atau lebih teknologi, dimana gambar, video dan suara bisa dikirim atau dilihat secara langsung, sehingga orang yang akan menonton yaitu *subscriber* akan merasa hadir dalam kegiatan yang dilakukan di *live streaming* tersebut secara *realtime*.

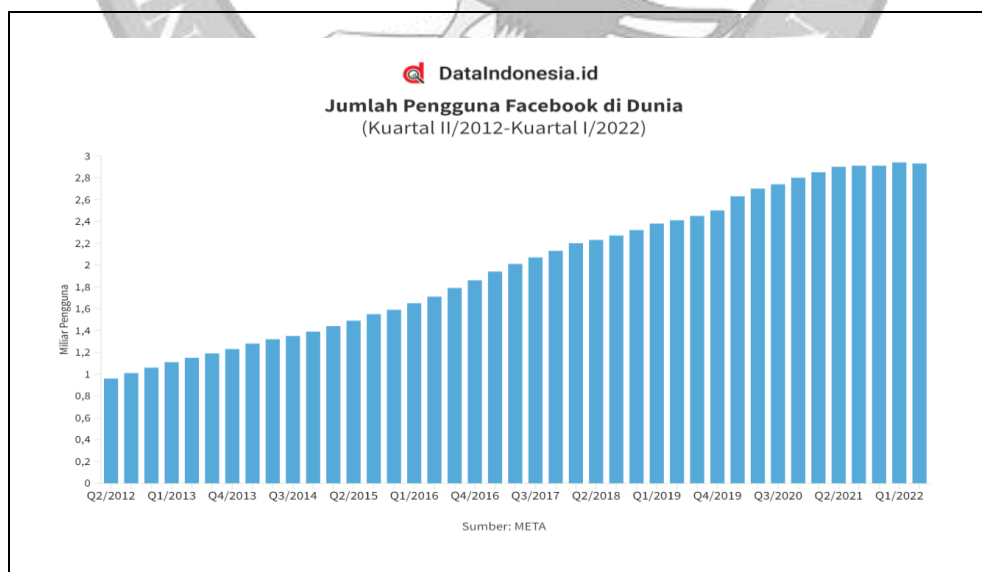


Gambar 1.5 Presentase Pertambahan Jumlah Penonton Pada Platform Media
Sumber: Hatchet,2021 pada Hybrid.co.id

Menurut Makarim (2020), *Marketing Manager* Google Indonesia di *platform* YouTube, setidaknya ada lima jenis konten yang paling banyak diminati

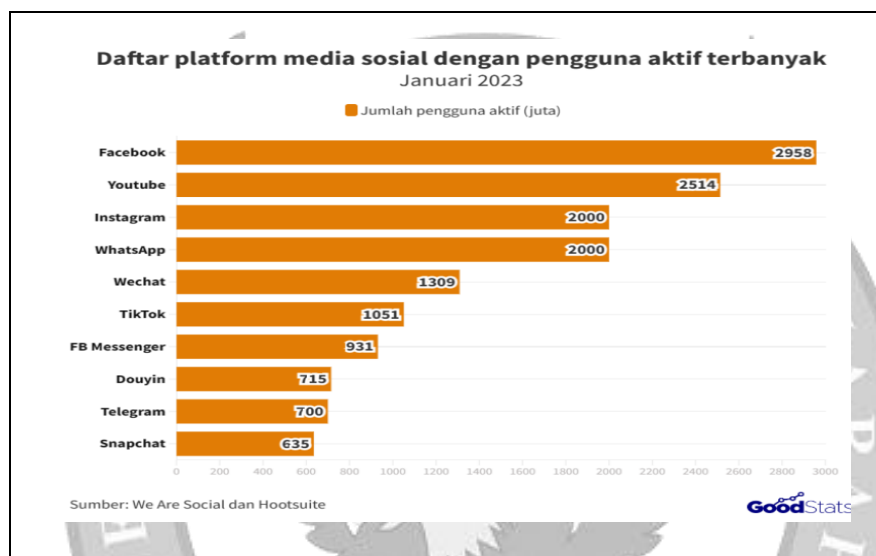
di Indonesia, yaitu konten lalu lintas, konten informasi, konten memasak, konten gim, dan konten drama Korea. Di Indonesia tingkat pertumbuhan engagement pada konten *gaming* tumbuh lebih dari 50% (Marketeers, 2020).

Dengan munculnya gim digital seperti Mobile Legends telah menarik sebuah perkumpulan yang disebut grup atau komunitas *subscriber* yang merupakan penggemar online yang signifikan (Handayani, 2018). *Subscriber* dari gim tersebut biasanya akan mencoba mengumpulkan orang-orang dengan minat yang sama disatu grup yang sama. Penggemar dari berbagai aspek minat yang sama berkumpul dan berinteraksi satu sama lain (Kanozia & Ganghariya, 2021). Salah satu tempat perkumpulan bagi *subscribers* yaitu Facebook. Facebook memberikan tempat untuk terhubung dengan orang yang memiliki minat yang sama (Facebook, 2023). Facebook dirancang untuk membantu suatu kelompok kecil individu untuk berkomunikasi dan berbagi ide (“Can Facebook Be Used by Businesses to Communicate Internally?,” n.d.)



Gambar 1.6 Jumlah pengguna Facebook di Dunia
Sumber: Meta,2022

Facebook merupakan jaringan *web* sosial yang ditemukan Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg Harvard University. Menurut data Meta, Facebook memiliki 2,9 miliar pengguna aktif setiap bulan pada Juni tahun 2022 meta. Dibandingkan Februari sebelumnya sebesar 2,94 miliar pelanggan, angka tersebut turun tipis sebesar 0,06%. Namun, angka ini masih 1,03% lebih tinggi dari 2,9 miliar pengguna pada periode yang sama tahun lalu (Year on Year /YoY).



Gambar 1.7 Media yang paling sering di gunakan di Indonesia
Sumber: Goodstats.id (We Are Social, Hootsuite, 2023)

Facebook menjadi platform dengan pengguna aktif terbanyak, Menurut Naurah, (goodstats.id, 2023) yang dilansir dari We are Social & Hootsuite, Jumlah pengguna aktif pada Facebook mencapai 2,9 miliar per Januari 2023. Facebook mempunyai *feature*, dimana Facebook menawarkan banyak fitur seperti layanan gim, foto, membuat status, chatting mulai dari gim, foto, layanan chat, *update status*, berita hingga layanan video langsung yang dapat digunakan untuk acara pribadi, membuat *tutorial*, atau acara yang sedang berlangsung. Informasi apa pun

dapat dimasukkan ke dalam akun Facebook, termasuk dokumen pribadi, koleksi foto yang diunggah, lokasi yang dikunjungi, dan dengan siapa pengguna berjejaring (Nasrullah, 2015). Banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan Facebook sebagai alat komunikasi, mulai dari anak-anak hingga orang tua menggunakan media sosial Facebook

Dalam konteks Mobile Legends Indonesia, grup Facebook Mobile Legends adalah salah satu grup Facebook yang dibuat oleh para pemain Mobile Legends di Indonesia. Grup ini berfungsi sebagai sarana komunikasi, diskusi dan pertukaran informasi seputar Mobile Legends antara pemain dan penonton di Indonesia. Di grup Facebook ini, para *subscribers* kerap membicarakan hasil pertandingan yang disiarkan langsung di MPL Indonesia dan kanal YouTube MPL Indonesia.

Maka dari itu, penelitian mengenai *Uses and Gratification Live streaming* Youtube MPL Indonesia pada *Subscribers* di Grup Facebook Mobile Legends Indonesia sangat relevan dan penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *live streaming* YouTube *channel* MPL Indonesia terhadap kebutuhan dan kepuasan *subscribers* di grup Facebook Mobile Legends Indonesia.

Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh AL'IKRAR(2020) dengan judul penelitian “Pengaruh mobile legends Bang Bang Terhadap perilaku remaja lingkungan Lappa kelurahan Tellumpanua kecamatan Suppa”, Sulawesi Selatan. Penelitian ini befokus kepada bagaimana Mobile Legends memberikan dampak. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* sebagai salah satu acuan

dalam penelitiannya. Penelitian yang dilakukan menggunakan angket dimana remaja yang diteliti diminta untuk mengisi sebuah survei untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan remaja yang diteliti. perbedaan penelitian yang dilakukan didalam penelitian AL'IKRAR (2020) adalah perbedaan dari sampel awal yang diambil adalah 22 orang. Penelitian Pengaruh Mobile Legends terhadap perilaku remaja di lingkungan Lappa kurang dari standar yang ditentukan oleh Effendi (1995) yaitu sebesar 30 responden. peneliti juga menemukan perbedaan dimana penelitian ini berfokus kepada perilaku remaja. Penelitian “Pengaruh mobile legends Bang Bang Terhadap perilaku remaja lingkungan Lappa Kelurahan Tellumpanua Kecamatan Suppa”, terdapat 169 orang sebagai Populasi penelitian dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa game Mobile Legends Bang-Bang mempunyai pengaruh di tempat yang diteliti dimana ditunjukkan dalam hasil uji pengaruh di tempat yang diteliti itu sangat tinggi.

Penelitian dengan judul “*Uses and Gratification* Tayangan Drama Korea Terhadap Penonton Pria di Jakarta” yang dilakukan Destriani (2021) dimana penelitian ini menggunakan metode penelitian yaitu kualitatif. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana motif kepuasan yang dicari dan kepuasan yang diajukan penonton pria di Jakarta dalam menonton drama Korea. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification (gratification sought & gratification obtained)* dimana dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa audiens memiliki kebutuhan dan tujuan sendiri dalam mengkonsumsi media dan bahwa terjadi kesenjangan antara motif dan kepuasan karena kepuasan yang diperoleh lebih besar daripada kepuasan yang diinginkan.

Hal berbeda dalam penelitian tentang pengaruh motif ditunjukkan oleh Destika Rahma Yanti Tahun 2022 dalam karyanya yang berjudul “*Tingkat Kepuasan Followers Twitter @COPPAMAGZ Terhadap Media Online COPPAMAGZ Sebagai Media Informasi Daily K-pop News*” perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah subjek dan objek penelitian berbeda meskipun metode penelitian yang digunakan sama yaitu kuantitatif. Penelitian ini mempunyai objek yaitu mencari tingkat kepuasan *followers twitter*. Perbedaan penelitian yang diteliti terdapat pada perbedaan subjek dan objek serta penelitian ini terfokus pada tingkat kepuasan yang dicari.

Beberapa penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya memiliki metode yang sama, tetapi tujuan dari ketiga penelitian tersebut berbeda. Peneliti ingin mencari pengaruh dan korelasi dari kebutuhan dan kepuasan tayangan *live streaming*. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Destriani (2021) merupakan menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana dalam penelitian tersebut tidak terdapat banyak data yang akurat dan hanya mengandalkan enam informan. Sedangkan dua penelitian sebelumnya yaitu Ikrar. A (2020) lebih fokus kepada dampak apa yang disebabkan oleh Mobile Legends kepada orang yang diteliti dan Yanti (2022) lebih fokus kepada kepuasan yang dicari oleh *followers* yang diteliti, peneliti tergerak untuk melakukan penelitian tentang “*Uses and Gratification live streaming Youtube MPL Indonesia Pada Subscribers Di Grup Facebook Mobile Legends Indonesia*. Penelitian ini juga penting untuk dilakukan karena adanya fenomena dimana *live streaming* menjadi alternatif untuk mencari sesuatu dan dari *live streaming*-lah suatu kebutuhan dan kepuasan itu akan muncul.

1.2 Identifikasi Masalah

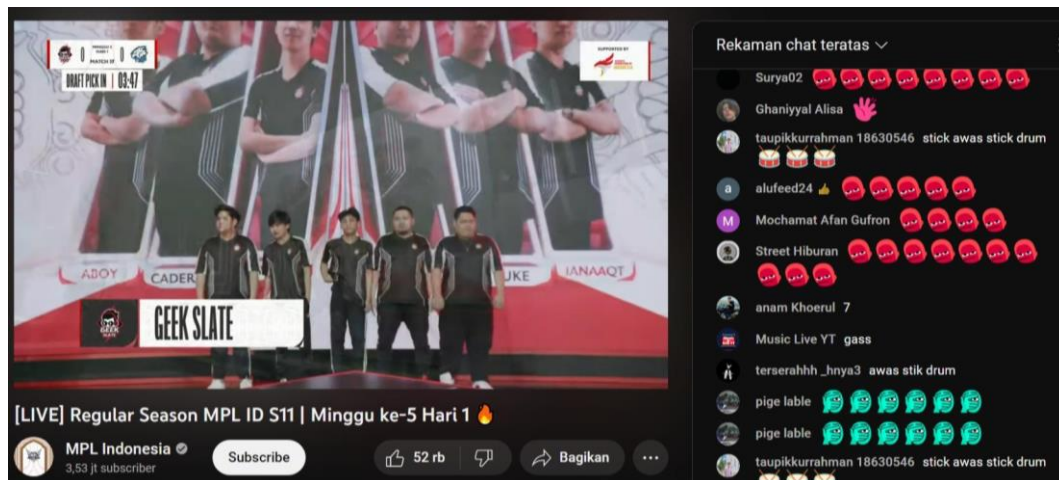
Fenomena E-sport atau olahraga gim elektronik pada tahun 2018 mulai naik daun. Menurut Audi E. Prasetio (2017) E-Sport adalah bidang olahraga yang menggunakan permainan sebagai bidang kompetisi utama. Saat ini *Electronic Sport* (E-sport) masuk dalam olahraga yang dipertandingkan di Asean Games 2018. Pada tahun yang sama salah satu game Mobile Legend menjadi Mobile E-sport paling populer di Indonesia yang bernama MPL Indonesia (Kompas.com, 2018). Dari E-sport, fenomena menonton orang bermain game juga berkembang dan menjadi daya tarik sendiri. Penyedia layanan seperti Twitch dan YouTube semakin mendorong gamer untuk menonton pertandingan E-Sport atau menonton orang lain bermain game (Kurniawan, 2019, h. 3)

Youtube Channel MPL Indonesia memiliki banyak konten, salah satunya konten *live streaming* pertandingan mobile legend liga *professional*. Diantaranya MPL (*Mobile legend Professional League*) dan MDL (*Mobile legends: Bang Bang Indonesia Development League*). Channel Youtube ini telah berusia empat tahun dan salah satu konten *live streaming* pertama yang bernama MPL pada tahun 2019.

Para penggemar gim tidak hanya menyibukkan dirinya dengan bermain saja, namun mereka menonton video mengenai gim, tutorial, *live stream profesional player* ataupun kompetisi. Dalam sebuah pertandingan *live streaming* mobile legends di youtube, *subscriber* tidak hanya diperlihatkan *gameplay* pertandingan mobile legendsnya saja. Kompetisi *mobile legends* yang dalam setiap tayangan *live stream*, *subscribers* bisa menonton secara *real time* sebanyak ratusan

ribu orang disaat yang bersamaan. Dalam *livestream* di MPL Indonesia, *subscribers* akan ditampilkan bagaimana team yang diisi oleh lima pemain profesional yang berlaga berkomunikasi, saling memberi intruksi saat *Gim berlangsung*. tidak hanya itu, dari *live streaming* terdapat pembawa acara yang bernama *caster* yang bertugas untuk memimpin dan mengomentari jalannya pertandingan, dengan adanya *caster* membuat jalannya pertandingan lebih seru (Firmansah, 2021).

Para *subscriber* Mobile legends atau yang melihat jalannya suatu pertandingan dalam sebuah *live streaming* Mobile Legends mempunyai *team* kesukaannya yang berbeda beda. *subscribers* mempunyai suatu *fanbase* sendiri bagi team yang mereka suka. Dalam *Live Stream* suatu pertandingan kedua *fanbase* ditempatkan dalam *channel* yang sama yaitu MPL Indonesia, tidak menutup kemungkinan *fanbase* satu sama lain akan melihat *team* kesukaannya dalam keadaan menang atau kalah akan mempunyai reaksi yang berbeda-beda. Ayudya et al. (2019) menyebutkan tidak sedikit para pengguna YouTube membuat akun *anonim* untuk menyembunyikan identitas aslinya, Dari akun *anonim*-nya tersebut memberikan kritikan atau ejekan yang mengantung hujatan atau hinaan. Tapi tak sedikit juga para *subscribers* yang memberikan dukungan positif saat *Live streaming*.



Gambar 1.8 Tampilan gambar *Live streaming* MPL Indonesia
 Sumber: Youtube MPL Indonesia, 2023

Dalam Gambar 1.8 berikut ini memperlihatkan ketika channel MPL Indonesia sedang live terdapat lebih dari 200 ribu penonton. Melihat Mobile Legends menjadi salah satu gim yang diminati di Indonesia, disaat suatu pertandingan yang disiarkan di Channel MPL Indonesia secara *live* terdapat banyak *subscriber* yang hadir karena suatu hal, *subscribers* yang hadir bukan hanya untuk mendukung atau sebagai hal tapi karena suatu kebutuhan tertentu. Dengan banyaknya peminat tayangan *live streaming* Mobile Legends Indonesia, seseorang yang menonton *live streaming* tersebut untuk suatu kebutuhan. Seperti yang dijelaskan dalam teori *uses and gratification* oleh Elihu Katz, Jay G. Blumer dan Michael Gurevitch (West & Turner, 2008) mengatakan orang yang aktif menggunakan media dan konten tertentu untuk menghasilkan kepuasan atas kebutuhan tertentu. Peneliti ini tertarik untuk mengidentifikasi dan memahami apakah ada hubungan serta pengaruh antara kebutuhan dan kepuasan *subscribers* yang datang pada saat *live streaming* mobile legends di MPL Indonesia. Hal ini

penting bagi para *gamers*, Namun setiap individu memiliki tingkat kebutuhan dan kepuasan yang berbeda beda dalam melihat tayangan *live streaming* tersebut. Penelitian ini akan dilakukan kepada *subscriber* yang menonton tayangan *live streaming* Mobile legends di channel MPL Indonesia yang bergabung dengan grup *mobile legends* di Facebook.

1.3 Rumusan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian yaitu:

- 1) Seberapa besar hubungan *live streaming* Youtube MPL Indonesia terhadap tingkat kebutuhan dan kepuasan antar *live streaming* YouTube MPL Indonesia pada *subscribers* di grup Facebook Mobile Legends Indonesia?
- 2) Seberapa besar pengaruh *live streaming* YouTube MPL Indonesia terhadap tingkat kebutuhan dan kepuasan *subscribers* di grup Facebook Mobile Legends Indonesia?

1.4. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara *live streaming* MPL Indonesia pada kebutuhan serta kepuasan pada *subscribers* di grup Facebook Mobile Legends Indonesia.

- 1) Mengetahui seberapa kuat hubungan antara *live streaming* MPL Indonesia dengan tingkat kebutuhan dan kepuasan *subscribers* di grup Facebook Mobile Legends Indonesia.
- 2) Mengetahui seberapa kuat pengaruh *live streaming* pada kebutuhan serta kepuasan *subscribers* Youtube MPL Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

- 1) Akademis

Melalui penelitian ini, diharapkan penulis dapat memberikan wawasan dalam bidang ilmu komunikasi, dengan memfokuskan kajian pada hubungan *live streaming* dengan kebutuhan serta kepuasan pengguna media. Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai data untuk mengembangkan konsep dan teori yang berkaitan dengan model *Uses and Gratification*.

- 2) Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi mengenai hubungan dan pengaruh dari *live streaming* pada kebutuhan serta kepuasan *subscribers* Youtube MPL Indonesia di grup Facebook Mobile Legends Indonesia yang dapat diberikan pada akun MPL Indonesia agar dapat memperhatikan apa yang menjadi kepuasan *subscribers* ketika menonton tayangan *live streaming* Mpl Indonesia.

1.6 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memberikan batasan penelitian yaitu:

- 1) Peneliti ini berfokus pada penelitian channel Youtube MPL Indonesia dalam periode tayangan 17 Februari sampai 9 April dikarenakan Mobile legends Indonesia mengadakan turnamen MPL (*Mobile Legends Professional League*)
- 2) Peneliti berfokus kepada *Uses and Gratification* penonton pada kategori kebutuhan dan kepuasan *surveillance, personal identity, gratification sought, dan diversion*
- 3) Peneliti berfokus untuk memahami hubungan serta pengaruh antara kebutuhan dan kepuasan pada *subscribers* di grup di grup Facebook Mobile Legends Indonesia.
- 4) Tayangan atau *live streaming* mobile legends yang dijadikan penelitian ini adalah Youtube “MPL Indonesia”
Responden dalam penelitian ini adalah pemain game mobile legends dan penonton tayangan mobile legends di Facebook mobile legends Indonesia

1.7 Sistematika Penelitian

Skripsi dengan judul “*Uses and Gratification Live streaming Youtube MPL Indonesia pada subscribers di Grup Facebook Mobile Legends Indonesia*” Terhadap Kebutuhan dan Kepuasan Subscribers Di grup Facebook Mobile Legends Indonesia” tersusun dalam enam bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama berisikan dari dasar dari penelitian ini selanjutnya terdapat identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Bab kedua menjadi dari uraian teori dan landasan konsep dari teori yang relevan dengan masalah penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga ini merupakan bab subjek dan objek penelitian yang diteliti dan dilanjutkan dengan uraian metode yang berisi operasionalisasi variabel, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengujian instrumen dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini berisi uraian dari temuan penelitian yang didapat dari jawaban kuesioner, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan variabel korelasi dengan konsep yang dijelaskan pada Tinjauan Pustaka.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian ini yang menjawab dari pertanyaan rumusan masalah diatas serta saran penulis guna memberikan masukan dalam mengembangkan penelitian yang akan datang.